



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING**  
**CARRERA INGENIERÍA EN MARKETING**

**TESIS DE GRADO**  
**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE**  
**INGENIERA EN MARKETING**

**Tema:**

“ESTUDIO DE ACEPTACIÓN Y PROYECCIÓN ADMINISTRATIVA DEL  
GOBIERNO INSTITUCIONAL DE LA ESPOCH, PERÍODO 2011 – 2016.”

**Autores:**

Caiza Siza Cristina Alexandra

López Tibán Mary Elizabeth

**Riobamba, febrero de 2015.**

## **CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL**

Certificamos que el presente trabajo de investigación sobre el tema “ESTUDIO DE ACEPTACIÓN Y PROYECCIÓN ADMINISTRATIVA DEL GOBIERNO INSTITUCIONAL DE LA ESPOCH, PERÍODO 2011 – 2016.” previo a la obtención del título de Ingeniera en Marketing, ha sido desarrollado por las Srtas. CAIZA SIZA CRISTINA ALEXANDRA y LÓPEZ TIBÁN MARY ELIZABETH, han cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Harold Alexi Zabala Jarrín

**DIRECTOR DE TESIS**

Ing. Milton Ignacio Sanmartín Martínez

**MIEMBRO DE TESIS**

## **CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD**

Nosotras, CAIZA SIZA CRISTINA ALEXANDRA y LÓPEZ TIBÁN MARY ELIZABETH, estudiantes de la Escuela de Ingeniería en Marketing de la Facultad de Administración de Empresas, declaramos que la tesis que presentamos es auténtica y original. Somos responsables de las ideas expuestas y los derechos de autoría corresponden a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Caiza Siza Cristina Alexandra

López Tibán Mary Elizabeth

## **DEDICATORIA**

A mi madre Marlene Tibán que con su afán, valentía, amor y dulzura ha sido mi apoyo durante toda mi vida, no solo como madre sino también como amiga, permitiéndome continuar adelante con todas mis metas; a mi padre Manuel López que desde mis primeros años de vida fue y será el amigo incondicional, que con su ejemplo de trabajo y honestidad inculco en mí el valor a mis estudios, su amor fue y es un apoyo en cada uno de mis proyectos y a mi hermano Jefferson López que siempre ha está a mi lado siendo la principal razón para seguir adelante.

**López Tibán Mary Elizabeth**

Dedico la culminación de mi carrera universitaria a mi familia que gracias a sus consejos y palabras de aliento crecí como persona. A mis padres y hermanas por su apoyo, confianza y amor. A mi papi Manuel Eloy Caiza Moya por brindarme los recursos necesarios y estar a mi lado apoyándome y aconsejándome siempre. A mi mami Blanca Zeneida Siza Ninacuri por hacer de mí una mejor persona a través de sus consejos, enseñanzas y amor. A mis hermanas Diana Elizabeth y Johanna Lizbeth Caiza Siza por estar siempre presente, cuidándome y brindándome aliento.

**Caiza Siza Cristina Alexandra**

## **AGRADECIMIENTO**

Primeramente agradezco a Dios y a la Virgen de Agua Santa, por acompañarme a lo largo de toda mi vida, por ser mis guías, por darme fuerzas y serenidad cuando más lo necesite. A mis padres Manuel López y Marlene Tibán, por darme la estabilidad emocional, económica, sentimental; para poder llegar hasta este logro, que definitivamente no hubiese podido ser realidad sin ustedes; al gran amor de mi vida como es mi hermano Jefferson López por hacerme reír cuando más estresada solía estar, y a mis verdaderos amigos quienes con su apoyo y carisma supieron apoyarme, aconsejarme, en el transcurso de mi vida.

Al ingeniero Harold Zabala, por su apoyo permanente, gran interés y preocupación en todos los aspectos del desarrollo de la investigación, siendo un gran profesor, aportando todos sus amplios conocimientos en el área de la investigación y un verdadero amigo y al ingeniero Milton Sanmartín, por haber confiado en mí y apoyarme en la realización de la tesis, tanto como docente y amigo; y a los demás profesores que con sus conocimientos supieron guiarnos en el transcurso de la realización de la tesis.

**López Tibán Mary Elizabeth**

Agradezco primeramente a Dios por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida y mostrarme día a día que con humildad paciencia y sabiduría todo es posible. A mis padres quienes han sido mi apoyo incondicional en los momentos difíciles de mi vida y por todo ese sacrificio que han hecho por mí para poder culminar con mi carrera y hacer mi sueño realidad.

A la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO por abrirme las puertas de esta prestigiosa institución para formarme como una profesional, a los profesores quienes han dado lo mejor de sus conocimientos, en especial al Ing. Harold Zabala por haberme guiado en todo el desarrollo de mi tesis, a mis compañeros y amigos quienes han sido con quien he compartido mis triunfos y fracasos.

**Caiza Siza Cristina Alexandra**

## **RESUMEN**

Los docentes, empleados y trabajadores, son los factores humanos más importantes con los que cuenta la institución, por tanto la administración debe ser eficaz, la misma que es la clave del éxito en su desarrollo y su aporte positivo a la consecución de planes y objetivos de toda la Espoch. En la actualidad el proceso de evaluación y aceptación de desempeño tanto del gobierno institucional y sus actores, casi en su totalidad no son aceptables y confiables, debido a que no disponen de una información suficiente para poder aportar con sus inquietudes y opiniones, en todos los ámbitos a desarrollar ya sean estos académicos, investigativos, de vinculación y gestión, permitiendo de esta forma la insatisfacción de las necesidades internas de la institución, de esta manera impidiendo el cumplimiento de los objetivos planteados.

Cabe recalcar que los aspectos más relevantes que le identifican al gobierno institucional son: la imagen, la instrucción y el liderazgo, generando como ventaja para el progreso y desarrollo de la Espoch, pero como un factor negativo se puede mencionar que la máxima autoridad no mantiene una interacción directa con los diferentes actores, por cuanto el personal en general se siente desmotivado y su aporte a la institución es relativamente bajo. Por lo tanto es necesario analizar y evaluar, la aceptación del gobierno, que permita la proyección administrativa institucional de manera frecuente, para de esta forma plantear un nuevo enfoque que ayude a recuperar la motivación de los actores y facilitar su desarrollo profesional en vista a hacer realidad las metas y objetivos de la institución y de esta forma mantener latente la esperanza.

## **ABSTRACT**

Teachers, employees and workers are the most important human factors with which the institution has therefore management should be effective, it is the key to success in their development and positive achievements for contributing the plans and ESPOCH goals. Currently, the evaluation process and acceptance of performance of both the institutional government and its actors, almost all are not acceptable and reliable, because they do not have enough information to contribute with their concerns and opinions. At all developing areas whether these academic, research, linkage and management, thus allowing the dissatisfaction of the internal needs of the institution, and preventing the fulfillment of the objectives.

It should be emphasized that the most relevant aspects that identify the institutional government are image, instruction and leadership, creating an advantage for the progress and development of the ESPOCH, but as a negative factor may be mentioned that the highest authority does not hold direct interaction with stakeholders, because the staff generally feel unmotivated and their contribution to the institution is relatively low. Therefore it is necessary to analyze and evaluate the acceptance of the government, which allows the institutional administrative projection frequently. In this way, propose a new approach that helps restore the motivation of actors and facilitate their professional development with a view of realizing the goals and objectives of the institution and thus keep alive its hopes.

## ÍNDICE GENERAL

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL .....	2
CERTIFICADO DE RESPONSABILIDAD .....	3
DEDICATORIA .....	4
AGRADECIMIENTO .....	5
RESUMEN.....	6
ABSTRACT.....	7
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA .....	16
1.1. Planteamiento del problema .....	16
1.1.1.    Formulación del problema .....	17
1.1.2.    Delimitación del problema .....	17
1.2.    Justificación .....	17
1.3.    Objetivos .....	18
1.3.1.    Objetivo General .....	18
1.3.2.    Objetivos Específicos.....	18
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL.....	19
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	19
2.1.1. Antecedentes Históricos.....	19
2.1.1.1. Autoridades de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. ....	21
•    Ing. Norberto Maldonado Rivera .....	21
•    Dr. Hermuy Calle Verzozzi .....	23
•    Dr. Silvio Álvarez Luna .....	23
•    Dr. Romeo Rodríguez Cárdenas .....	24
•    Ing. Rosa Pinos Neira.....	25
2.1.2. Misión, Visión y Objetivos. ....	27
2.1.2.1. Misión .....	27
2.1.2.2. Visión.....	27
2.1.2.3. Objetivo general .....	27
2.1.2.3.1. Objetivos específicos .....	27
2.1.2.4. Objetivos Operacionales y Estratégicos de la Institución. ....	28
2.1.2.4.1. Análisis sub-estratégico .....	28
2.1.2.4.2. Subsistema Administrativo .....	28
2.1.2.4.3. Subsistema Investigación.....	29
2.1.2.4.4. Subsistema Académico .....	29
2.1.2.4.5. Subsistema Vinculación.....	29
2.1.3. Estructura Orgánico Funcional .....	30
2.2. FUNDAMENTACIÓN TEORICA Y CONCEPTUAL .....	32
2.2.1. Fundamentación Teórica.....	32



2.2.2. Fundamentación Conceptual.....	42
Gobierno: .....	42
Evaluación:.....	43
Método: .....	43
Planificación: .....	43
Marketing: .....	43
Marketing social:.....	44
Marketing de precisión: .....	44
Marketing de Percepciones: .....	44
Marketing Experiencias: .....	45
Marketing de Gobernabilidad: .....	45
Marketing Electoral: .....	45
CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO .....	46
3.1. HIPÓTESIS o IDEA A DEFENDER .....	46
3.1.1. Hipótesis General .....	46
3.1.2. Hipótesis Alternativas .....	46
3.2. VARIABLES .....	46
3.2.1. Variable Independiente .....	46
3.2.2. Variable Dependiente.....	46
3.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN .....	46
3.3.1. Tipos de estudios de investigación.....	46
3.3.1.1. Investigación Descriptiva.....	46
3.3.1.2. Investigación Correlativa .....	47
3.3.2. Diseño de la Investigación .....	47
3.3.2.1. Diseño Longitudinal.....	47
3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA.....	47
3.4.1. Población.....	47
3.4.2. Segmentación de mercado.....	48
3.4.3. Muestra.....	50
Formato # 1: Encuesta Piloto .....	50
3.4.3.1. Fórmula del tamaño de la muestra .....	51
3.4.3.1.1. Población Finita o Cuantificable .....	51
3.4.3.2. Cálculo del tamaño de la muestra de los docentes de nombramiento .....	51
3.4.2.3. Cálculo del tamaño de la muestra de los docentes de contrato .....	53
3.4.2.4. Cálculo del tamaño de la muestra de los empleados de nombramiento .....	53
3.4.2.5. Cálculo del tamaño de la muestra de los empleados de contrato .....	54
3.4.2.6. Cálculo del tamaño de la muestra de los trabajadores de nombramiento .....	55
3.4.2.7. Cálculo del tamaño de la muestra de los trabajadores de contrato.....	56

3.4.2.8. Tipo de muestreo utilizado.....	56
3.4.2.8.1. Muestreo de aleatoria simple.- .....	56
Formato # 2: Encuesta Definitiva Docentes.....	57
Formato # 3: Encuesta Definitiva Empleados.....	58
Formato # 4: Encuesta Definitiva Trabajadores.....	59
3.4.2.9. Tabulación e interpretación de los resultados .....	60
3.4.2.9.1. Análisis de los resultados docentes .....	60
3.4.2.9.2. Análisis de los resultados empleados .....	71
3.4.2.9.3. Análisis de los resultados trabajadores.....	82
3.5. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS.....	95
3.5.1. Método Deductivo.....	95
3.5.2. Método Analítico .....	95
3.5.3. Método Cualitativo y Cuantitativo.....	95
3.5.4. Encuesta .....	95
3.5.5. Cuestionario .....	96
3.5.5.1. Tipo de cuestionario utilizado.....	96
CAPITULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS .....	97
4.1. Metodología, Guía y/o Procedimiento de Implementación o de Propuesta .....	97
4.2. Implementación o propuesta .....	97
4.2.1. Estrategia de comunicación.....	98
4.2.1.1. Página del perfil del fan page.....	99
4.2.1.2. Requisitos para implementar un call center en la Espoch.....	99
4.2.1.3. Rendición de cuentas de cada una de las facultades .....	100
4.2.2. Estrategia de voceros institucionales .....	108
4.2.2.1. Políticas del vocero .....	108
4.2.2.2. Perfil de los voceros .....	109
4.2.2.3. Hoja de ruta de capacitaciones a los voceros. ....	109
4.2.3. Estrategia de Posicionamiento del Gobierno Institucional de la Espoch .....	110
4.2.3.1. Publicidad ATL.....	110
Agendas.....	110
Gorras.....	111
Valla publicitaria.....	113
4.2.3.2. Marketing viral.....	114
4.2.3.3. Estrategias de marketing social aplicado a la Espoch .....	114
4.2.3.3.1. Problema .....	114
4.2.3.3.2. Justificación .....	114
4.2.3.3.3. Objetivos .....	115
4.2.3.3.3.1. Objetivo general:.....	115

4.2.3.3.3.2. Objetivos específicos: .....	115
4.2.3.3.4. Programa de marketing social .....	115
4.2.3.3.5. Estrategia multicanal .....	119
4.2.3.3.5.1. Hoja de ruta de las capacitaciones microempresariales a las diversas comunidades del cantón Riobamba .....	120
4.2.3.3.6. Estrategia de reforestación .....	120
4.2.3.3.7. Estrategia de aprendizaje de recreación deportiva .....	122
4.2.3.3.7.1. Hoja de ruta de las clases de recreación deportiva .....	123
4.2.3.3.7.2. Maratón publicidad BTL .....	123
4.2.3.3.8. Estrategia de motivación y autorrealización personal .....	124
4.2.3.3.8.1. Estrategia de motivación y autorrealización personal .....	125
4.2.4. Estrategia de Competitividad .....	126
4.2.4.1. Hoja de ruta del plan de trabajo establecido para el período 2015 .....	126
4.2.4.2. Plan Anual Operativo (Poa) .....	127
4.2.5. Estrategia de seguimiento .....	131
4.2.5.1. Formulario de satisfacción a docentes. ....	131
4.2.5.2. Formulario de satisfacción a empleados. ....	132
4.2.5.3. Formulario de satisfacción a trabajadores .....	132
4.2.6. Estrategia de participación institucional .....	133
4.2.6.1. Hoja de ruta de los foros en el auditorio general .....	133
4.2.6.2. Hoja de ruta de las visitas a los diferentes actores .....	134
4.2.7. Estrategia marketing interno .....	135
4.2.7.2. Marketing interno de la Espoch .....	135
4.2.7.1. Hoja de ruta de actividades de las charlas motivacionales .....	136
4.2.8. Estrategia de diversificación .....	140
4.2.8.1. Requisitos para realizar proyectos de investigación y vinculación .....	140
CONCLUSIONES .....	141
RECOMENDACIONES .....	142
BIBLIOGRAFIA .....	143
Anexos .....	147

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla # 1 : Cantidad de Docentes, Empleados y Trabajadores .....	17
Tabla # 2: Perfil del Docente .....	48
Tabla # 3: Perfil de Empleados .....	49
Tabla # 4: Perfil de Empleados .....	49
Tabla # 5: Pregunta 7 .....	52
Tabla # 6: Pregunta 10 .....	53
Tabla #7: Pregunta 8 .....	55
Tabla # 8: Edad .....	60
Tabla # 9: Instrucción .....	60
Tabla # 10: Sexo .....	61
Tabla # 11: Servidor público.....	61
Tabla # 12: Pregunta 1 .....	62
Tabla # 13: Pregunta 2 .....	62
Tabla # 14: Pregunta 3 .....	63
Tabla # 15: Pregunta 4 .....	63
Tabla # 16: Pregunta 5 .....	64
Tabla # 17: Pregunta 6 .....	64
Tabla # 18: Pregunta 7 .....	65
Tabla # 19: Pregunta 8 .....	65
Tabla # 20: Pregunta 9 .....	66
Tabla # 21: Pregunta 10 .....	66
Tabla # 22: Pregunta 11 .....	67
Tabla # 23: Pregunta 12 .....	67
Tabla # 24: Pregunta 13 .....	68
Tabla # 25: Pregunta 14 .....	68
Tabla # 26: Pregunta 15 .....	69
Tabla # 27: Pregunta 16 .....	69
Tabla # 28: Pregunta 17 .....	70
Tabla # 29: Líneas de investigación.....	70
Tabla # 30: Pregunta 18 .....	71
Tabla # 31: Edad .....	71
Tabla # 32: Instrucción .....	72
Tabla # 33: Sexo .....	72
Tabla # 34: Servidor público.....	73
Tabla # 35: Pregunta 1 .....	73
Tabla # 36: Pregunta 2 .....	74
Tabla # 37: Pregunta 3 .....	74
Tabla # 38: Pregunta 4 .....	75
Tabla # 39: Pregunta 5 .....	75
Tabla # 40: Pregunta 6 .....	76
Tabla # 41: Pregunta 7 .....	76
Tabla # 42: Pregunta 8 .....	77
Tabla # 43: Pregunta 9 .....	77
Tabla # 44: Pregunta 10 .....	78
Tabla # 45: Pregunta 11 .....	78
Tabla # 46: Pregunta 12 .....	79
Tabla # 47: Pregunta 13 .....	79
Tabla # 48: Pregunta 14 .....	80
Tabla # 49: Pregunta 15 .....	80
Tabla # 50: Pregunta 16 .....	81

Tabla # 51: Cursos de capacitación.....	81
Tabla # 52: Edad.....	82
Tabla # 53: Instrucción .....	82
Tabla # 54: Sexo .....	83
Tabla # 55: Servidor público.....	83
Tabla # 56: Pregunta 1 .....	84
Tabla # 57: Pregunta 2 .....	84
Tabla # 58: Pregunta 3 .....	85
Tabla # 59: Pregunta 4 .....	85
Tabla # 60: Pregunta 5 .....	86
Tabla # 61: Pregunta 6 .....	86
Tabla # 62: Pregunta 7 .....	87
Tabla # 63: Pregunta 8 .....	87
Tabla # 64: Pregunta 9 .....	88
Tabla # 65: Pregunta 10 .....	88
Tabla # 66: Pregunta 11 .....	89
Tabla # 67: Pregunta 12 .....	89
Tabla # 68: Pregunta 13 .....	90
Tabla # 69: Pregunta 14 .....	90
Tabla # 70: Pregunta 15 .....	91
Tabla # 71: Hallazgos .....	92
Tabla #72: Estrategia 1 .....	98
Tabla # 73: Imagen corporativa de la Espoch y sus facultades.....	100
Tabla # 74: Estrategia 2 .....	108
Tabla # 75: Estrategia 3 .....	110
Tabla # 76: Estrategia 1 .....	119
Tabla # 77: Estrategia 2 .....	120
Tabla # 78: Estrategia 3 .....	122
Tabla # 79: Estrategia 4 .....	124
Tabla # 80: Estrategia 4 .....	126
Tabla # 81: POA .....	128
Tabla # 82: Estrategia 5 .....	131
Tabla # 83: Formulario 1 .....	131
Tabla # 84: Formulario 2 .....	132
Tabla # 85: Formulario 3 .....	132
Tabla 86: Estrategia 6 .....	133
Tabla # 87: Estrategia 7 .....	135
Tabla # 88: Identificación de los servicios de la Espoch .....	137
Tabla # 89: Identificación de los servicios web de la Espoch.....	138
Tabla # 90: Estrategia 8 .....	140

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico # 1: Estructura orgánica funcional .....	31
Gráfico #2: Pregunta 7 .....	52
Gráfico # 3: Pregunta 10 .....	53
Gráfico #4: Pregunta 8 .....	55
Gráfico # 5: Edad .....	60
Gráfico # 6: Instrucción .....	60
Gráfico # 7: Sexo .....	61
Gráfico # 8: Servidor público.....	61
Gráfico # 9: Pregunta 1 .....	62
Gráfico # 10: Pregunta 2 .....	62
Gráfico # 11: Pregunta 3 .....	63
Gráfico # 12: Pregunta 4 .....	63
Gráfico # 13: Pregunta 5 .....	64
Gráfico # 14: Pregunta 6 .....	64
Gráfico # 15: Pregunta 7 .....	65
Gráfico # 16: Pregunta 8 .....	65
Gráfico # 17: Pregunta 9 .....	66
Gráfico # 18: Pregunta 10 .....	66
Gráfico # 19: Pregunta 11 .....	67
Gráfico # 20: Pregunta 12 .....	67
Gráfico # 21: Pregunta 13 .....	68
Gráfico # 22: Pregunta 14 .....	68
Gráfico # 23: Pregunta 15 .....	69
Gráfico # 24: Pregunta 16 .....	69
Gráfico # 25: Pregunta 17 .....	70
Gráfico # 26: Líneas de investigación.....	70
Gráfico # 27: Pregunta 18 .....	71
Gráfico # 28: Edad .....	71
Gráfico # 29: Instrucción .....	72
Gráfico # 30: Sexo .....	72
Gráfico # 31: Servidor público.....	73
Gráfico # 32: Pregunta 1 .....	73
Gráfico # 33: Pregunta 2 .....	74
Gráfico # 34: Pregunta 3 .....	74
Gráfico # 35: Pregunta 4 .....	75
Gráfico # 36: Pregunta 5 .....	75
Gráfico # 37: Pregunta 6 .....	76
Gráfico # 38: Pregunta 7 .....	76
Gráfico # 39: Pregunta 8 .....	77
Gráfico # 40: Pregunta 9 .....	77
Gráfico # 41: Pregunta 10 .....	78
Gráfico # 42: Pregunta 11 .....	78
Gráfico # 43: Pregunta 12 .....	79

Gráfico # 44: Pregunta 13 .....	79
Gráfico # 45: Pregunta 14 .....	80
Gráfico # 46: Pregunta 15 .....	80
Gráfico # 47: Pregunta 16 .....	81
Gráfico # 48: Cursos de capacitación.....	81
Gráfico # 49: Edad .....	82
Gráfico # 50: Instrucción .....	82
Gráfico # 51: Sexo .....	83
Gráfico # 52: Servidor público.....	83
Gráfico # 53: Pregunta 1 .....	84
Gráfico # 54: Pregunta 2 .....	84
Gráfico # 55: Pregunta 3 .....	85
Gráfico # 56: Pregunta 4 .....	85
Gráfico # 57: Pregunta 5 .....	86
Gráfico # 58: Pregunta 6 .....	86
Gráfico # 59: Pregunta 7 .....	87
Gráfico # 60 : Pregunta 8 .....	87
Gráfico # 61: Pregunta 9 .....	88
Gráfico # 62: Pregunta 10 .....	88
Gráfico # 63: Pregunta 11 .....	89
Gráfico # 64: Pregunta 12 .....	89
Gráfico # 65: Pregunta 13 .....	90
Gráfico # 66: Pregunta 14 .....	90
Gráfico # 67: Pregunta 15 .....	91
Gráfico # 68: Facultad de Administración de Empresas .....	104
Gráfico # 69: Facultad de Mecánica .....	104
Gráfico # 70: Facultad de Salud Pública.....	105
Gráfico # 71: Facultad de Informática y Electrónica .....	105
Gráfico # 72: Facultad de Ciencias Pecuarias .....	106
Gráfico # 73: Facultad de Ciencias .....	106
Gráfico # 74: Facultad de Recursos Naturales .....	107
Gráfico # 75: Informe de gestión institucional.....	107

## **CAPÍTULO I: EL PROBLEMA**

### **1.1. Planteamiento del problema**

Debido a que es imperioso identificar el manejo de la identidad institucional, considerando a todos sus autores (docentes, trabajadores y empleados), ha reflejado la necesidad de realizar, un estudio de aceptación y proyección administrativa del gobierno institucional de la ESPOCH, período 2011 – 2016; para el progreso y desarrollo de la institución. La Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, a pesar de ser una institución en desarrollo, debe organizar los niveles de eficiencia y eficacia de los recursos, así como generar y fortalecer los mecanismos de comunicación en todo el entorno interno del establecimiento, buscando satisfacer las necesidades de quienes conforman la entidad.

Las Instituciones de Educación Superior son sistemas complejos e integrales conformados por recursos tanto humanos, como una variedad de recursos físicos, coordinados para la obtención de una finalidad establecida, buscando siempre el bienestar tanto para el establecimiento, como también para contribuir a la sociedad en general.

Por lo tanto la duda y la desconfianza son sentimientos que se manifiestan frecuentemente entre los actores implicados en este tema (docentes, trabajadores y empleados), el primer desafío para el gobierno institucional es construir un concepto claro y creíble, el mismo que está destinado a competir para ocupar el cargo político, por lo que es importante identificar cuáles son los errores y aciertos más comunes en los que incurre la presente autoridad y evaluar el impacto dentro de la institución.

La máxima autoridad de la ESPOCH, por medio de la presente investigación podrá señalar un cambio de actitud, en lugar de ver solo las cosas malas, se debe propender a mejorar el establecimiento ofreciendo soluciones a los problemas. Así como también observando internamente el proceso logístico en lo que respecta a las diferentes inquietudes de quienes conforman la prestigiosa institución.



**Tabla # 1 : Cantidad de Docentes, Empleados y Trabajadores**

<b>VARIABLE</b>	<b>NOMBRAMIENTO</b>	<b>CONTRATO</b>	<b>TOTAL</b>
DOCENTES	294	568	862
EMPLEADOS	271	45	316
TRABAJADORES	169	26	195
<b>TOTAL</b>	734	639	1373

**Fuente:** Departamento de Talento Humano Espoch

**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

### **1.1.1. Formulación del problema**

¿Cómo incide la falta de difusión, gestión y mejoramiento de los docentes, empleados y trabajadores de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, en cuanto a la aceptación del gobierno institucional, período 2011 – 2016?

### **1.1.2. Delimitación del problema**

El estudio de aceptación y proyección administrativa del Gobierno Institucional de la ESPOCH, es un tema de relevancia, porque va a permitir conocer todas las opiniones y dudas que tanto docentes, empleados y trabajadores tienen a cerca del gobierno institucional, el mismo que va a permitir proyectar, considerando los años 2011 – 2016.

## **1.2. Justificación**

Las nociones sobre calidad permitirán comprender que la vigencia de ésta, en las instituciones de educación superior se refiere a la manera de hacer las cosas en estas organizaciones. En consecuencia, se debe entender por calidad, al conjunto de cualidades de una institución valoradas en un tiempo y situación determinados, que reflejan el modo de ser y de actuar de la institución. La calidad del trabajo universitario implica capacidad concreta para incidir en los cambios que requiere la sociedad actual, para hacerla más productiva, equitativa, justa y solidaria, (Carvajal. 2003. Pág. 57).

De acuerdo con la información obtenida, una de las preocupaciones del gobierno institucional de la “Escuela Superior Politécnica De Chimborazo” es tener un desconocimiento de las opiniones de quienes forman parte de la presente institución. Como una forma de búsqueda del conocimiento se propone estudiar la aceptación y proyección administrativa del gobierno institucional de la ESPOCH, periodo 2011 –

2016, tomando en cuenta la importancia que tiene para la parte funcionaria. Además con el ánimo de crear un ambiente de interés en el campo administrativo, para así alcanzar metas propuestas en el mismo y por ende en la vida.

Es importante el desarrollo de este tipo de trabajo de investigación, de estudio y aceptación administrativa, porque permite al gobierno institucional de la “Escuela Superior Politécnica de Chimborazo”, conocer las dudas, inquietudes y virtudes que los trabajadores, empleados y docentes tienen respecto a la administración de la misma, para así buscar estrategias con el fin de solucionar las falencias organizacionales existentes, para la correcta toma de decisiones, esto logrará que los resultados obtenidos se puedan planificar desde el período siguiente.





La presente investigación es compatible con la formación académica que se ha venido recibiendo en las aulas universitarias, la profesión que esperamos alcanzar y el campo laboral en el cual podríamos desempeñarnos. A más de ello este trabajo por su importante contenido, se convertirá en un documento de orientación, y fuente de consulta, cuyos beneficiarios de éste serán: la institución y la sociedad en general que de una u otra forma, se encuentran vinculadas al establecimiento; y en fin para todas aquellas personas interesadas en conocer sobre la temática tratada.

### **1.3. Objetivos**

#### **1.3.1. Objetivo General**

Investigar el grado de aceptación del gobierno institucional en las áreas de docentes, empleados y trabajadores de la ESPOCH en el período 2011 – 2016.

#### **1.3.2. Objetivos Específicos**

-  Determinar un sistema adecuado para el análisis del estudio y proyección administrativa del gobierno institucional de la ESPOCH, período 2011 – 2016.
-  Identificar el grado de confiabilidad que tienen los trabajadores, empleados y docentes hacia el gobierno institucional.
-  Determinar el grado de aceptación en los docentes, empleados y trabajadores de la administración del gobierno institucional.
-  Elaborar estrategias y tácticas que contenga marketing de gobernabilidad para mantener latente la propuesta del gobierno institucional.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO – CONCEPTUAL**

### **2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

#### **2.1.1. Antecedentes Históricos**

Fue el anhelo de numerosas generaciones de chimboracenses y riobambeños la creación de una Universidad, que asumiera el papel de motor del progreso y evitara el éxodo de la juventud que, en busca de ella, año tras año encontraba como única posibilidad, para continuar sus estudios superiores, la de radicarse en Quito, Guayaquil, Cuenca y excepcionalmente en países del exterior, España, Uruguay, Argentina. Generación tras generación cultivaba este ideal ya que aquello de que “la mejor herencia es la educación”, se convirtió en un sentir comunitario, afirmado en un espíritu de superación de la juventud estudiosa que estaba siempre presta a buscar su carrera universitaria dejando su terruño y recibiendo la gran responsabilidad de convertirse en un graduado más o el honor de ser el primero de la familia. También debía renunciar a ciertas comodidades y disciplinar su existencia entorno a un presupuesto de subsistencia. Compartían estas decisiones también estudiantes que siendo originarios de las provincias del Guayas, Manabí, Bolívar, Cañar y Morona Santiago, por el prestigio de los colegios de Riobamba acudían a sus aulas, unos en calidad de internos, otros como huéspedes de familiares o como residentes libres, pero muy responsables; igual acontecía con jóvenes de los cantones y parroquias de la Provincia de Chimborazo. Esta situación era un claro distintivo de Riobamba, homologada en este aspecto por los no menos reconocidos colegios de Alausí, Chunchi y Huigra.

La gran mayoría de bachilleres que elegían los estudios universitarios debían superar muchos sacrificios y por lo general un comportamiento individual sustentado en una disciplina férrea. Gastar lo mínimo y rendir lo máximo parece que era la consigna. Muchos que alcanzaban su grado no retornaban a su lugar natal, los que lo hacían, generaban un sentimiento de respeto especialmente de la juventud pues, el triunfo en la Universidad era el testimonio de talento superior y voluntad a toda prueba.

En las escuelas y colegios los maestros cultivan la idea de una Universidad para el Chimborazo, que mitigara el éxodo de generaciones enteras de bachilleres y sea la promotora de desarrollo socio-económico. Con el paso del tiempo y la impresión, muchas actividades productivas relevantes declinaban. La empresa de ferrocarriles, que

en su construcción (fines del siglo XIX y primeras décadas del siglo XX), puso a prueba el temple y patriotismo de la juventud riobambeña, que incluso con el sacrificio de la vida de sus más valientes miembros, hizo respetar el derecho de Riobamba sobre el acceso directo a la red ferroviaria, lo cual en esos tiempos le posibilitaban un factor clave de progreso. Barrios enteros, cuando no toda la ciudad, dependía de la actividad que se generaba en ese incesante trepidar de los trenes de pasajeros y carga. Santa Rosa creó toda una tradición artesanal con el “marfil vegetal”, la tagua, que era estimulada por los clientes predilectos que eran los pasajeros en tránsito en los trenes directos o mixtos, que partía o llegaba a Riobamba o pasaban por ella. El Barrio de la Estación se caracterizaba por los servicios de hotel, residencias, pensiones, alimentación y la venta de diversos productos. El Barrio Ferroviario creado y organizado por los ferroviarios que tenían su residencia en Riobamba. Los talleres de la Estación y Macaji, dotados de alta tecnología ferroviaria, las instalaciones en la Estación con bodegas enormes, las oficinas de administración, ubicadas en el centro de Riobamba junto al edificio del Correo, ocupada una hermosa casa de estilo neoclásica, con decoraciones y acabados de lujo, que era las características de las mansiones, cuyos vestigios se pueden hasta hoy apreciar.

El Barrio Bella Vista, planificado por Levi Mildred, se quedó con su infraestructura única en la época (segunda y tercera década del presente siglo). Hipódromo, casinos, diversos negocios, entraron en un angustioso proceso de decadencia, con la inexorable agonía de la Empresa de Ferrocarriles del Estado. No solo Riobamba era afectada, Guano, con su formidable artesanía, tuvo que acrecentar su tradicional vínculo económico con Ambato, por el espíritu emprendedor de sus hijos. Cajabamba, Alausi, Chunchi, fueron los cantones igualmente afectados por la declinación ferroviaria. Por otra parte no se concebían alternativas que sustituyeran lo que la sociedad obtenía por influencia del ferrocarril. Las empresas, fábricas y otras actividades económicas no podían dar cavidad a tanto trabajador forzosamente cesante, el movimiento comercial involucionó, al parecer, ninguna actividad económica podía alcanzar la dimensión y significado socioeconómico que evidentemente generó el ferrocarril.

A fines de la década de los años cuarenta, ya los riobambeños vislumbraban que se acercaban los años más duros, ligados a un éxodo creciente, ya no eran los estudiantes que iban a otras ciudades por la Universidad, eran familias completas que abandonaban la provincia y su capital, pues con una economía social en crisis aguda, les era

imposible mantener a los jóvenes en otras ciudades para que estudiaran, al ir la familia en conjunto, todos los que tenían edad para trabajar buscarían una ubicación.

Pero había otros problemas tan o quizá más graves, la situación de injusticia social, en la cual el campesino era la víctima propiciatoria y dentro de este sector social el campesino indígena, sometido a una economía de supervivencia, cuando no de extinción. Posiblemente más víctimas fatales se vinculan por las luchas de reivindicación social que aquellas motivadas por la leal defensa de los intereses de Riobamba. La movilización campesina, promovida por su propia problemática y alentada por el Obispo Proaño, con su propuesta de justicia y dignificación para el campesino indígena, también influyó en el proceso de creación de una Universidad para Riobamba, (Moreno, 1997, pág. 11-13).

#### **2.1.1.1. Autoridades de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.**

Para el presente estudio se realizará un análisis de los últimos períodos administrativos, tanto del actual, como de los anteriores gobiernos de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo; así cabe mencionar al:

- ✓ Ing. Norberto Maldonado Rivera, período administrativo 1991 – 1996.
- ✓ Dr. Hermuy Calle Verzozzi, período administrativo 1996 – 2001.
- ✓ Dr. Silvio Álvarez Luna, período administrativo 2006 – 2011.
- ✓ Dr. Romeo Rodríguez Cárdenas, período administrativo 2011 – 2013.
- ✓ Ing. Rosa Pinos Neira, período administrativo 2013 – 2016.

#### **• Ing. Norberto Maldonado Rivera**

En 1978, el 20 de Julio y el 24 de Agosto, se crearon las Facultades de Química y Administración de Empresas, respectivamente. El 15 de Agosto de 1984 se crean las escuelas de Doctorado en Física y Tecnología Química, ya existentes, entran a constituir la Facultad de Ciencias. El 21 de Noviembre de 1985 se crea la Escuela de Sistemas, pasando a depender de la Facultad de Ciencias. El 27 de Septiembre de 1992 se crean las Escuelas de Ingeniería en Banca y Finanzas, Tecnología en Marketing como parte de la FADE, Ingeniería en Sistemas conformando la Facultad de Ciencias y Licenciatura en Educación Sanitaria integrando la Facultad de Nutrición y Dietética. Así mismo a partir de 1995 entró en funcionamiento la Escuela de Ingeniería en Ecoturismo y una Tecnología en Agro-Forestería adscrita a la Facultad de Agronomía; en los últimos cuatro años de administración se ha puesto

a funcionar siete nuevas carreras profesionales y dos programas de Maestría; precisando además la estructura global de la Escuela de Posgrado y Educación Continua; realidades inobjetables que han transformado académica y científicamente a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, llevándole a los primeros planos de prestigio nacional e internacional. (González, Garrido & Proaño, 1995, pág. 3 y 4).

Para cubrir las necesidades de Formación Académica, Científica y de la Juventud de estudios, la Espoch ha desarrollado una infraestructura que se constituye en la base para enfrentar el futuro, contando así con un área total aproximada según planos de 567 has; con 15 modulares de 8 aulas cada uno de dos pisos, con una capacidad de 80 personas por aula, 2 modulares de 4 aulas a desnivel (Mecánica y FIZ); incluye estadios, piscina, coliseo, gimnasio, canchas, entre otros. El 28 de Enero de 1983 se aprueba la creación del Centro de Cómputo dentro del Programa General del Convenio Espoch-Italia, el mismo que es elevado a la categoría de Departamento en el año 1991. Así también el Instituto de Idiomas pasó hacer Departamento en el año de 1980, el cual cubre la enseñanza de los idiomas Francés, Alemán, Italiano, y especialmente el Inglés, otorgando a la vez servicio externo a las personas de la ciudad, provincia y país, como labor de Extensión Politécnica. (González, et al, 1995, pág. 7 y 24).

El Sistema de Información y Gestión Financiera (SIGAF) fue desarrollado para cubrir problemas de proceso de datos en el Área Administrativo-Financiera, manteniendo los registros actualizados y confiables, cualidades que permiten a los Directivos de la Institución mantener un control estricto, así como un seguimiento de las diferentes gestiones administrativas y por ende tomar decisiones acertadas en el momento adecuado. La Espoch ha fortalecido su actividad académica, científica y tecnológica suscribiendo convenios de cooperación con universidades e Instituciones Nacionales y Extranjeras, los mismos que se han constituido en reales intercambios recíproco beneficio, entre los más destacados convenios durante este periodo de gobierno tenemos: Convenio Espoch-Italia; Convenio con universidades Cubanas; Convenio con UNICEF; entre otros.(González, et al, 1995, pág. 40 y 41).

- **Dr. Hermuy Calle Verzozi**

Cabe mencionar la falta de recopilación de información sobre el período administrativo del Dr. Hermuy Calle, en contexto no se encontraron referencias bibliográficas dentro de la institución.

- **Dr. Silvio Álvarez Luna**

En Agosto del 2006, el Dr. Silvio Álvarez ha efectuado reuniones de trabajo con todas las autoridades que conforman la Espoch, a fin de estudiar, sociabilizar, difundir y permitir la vigencia del Reglamento Académico, documento que tuvo validez hasta el 14 de mayo del 2009. Un punto importante a resaltar en el período 2006 a 2010 es la evolución estudiantil, en donde la Espoch ha logrado incrementar su número de estudiantes regulares de 9.721, a 18.002 y 3.984 estudiantes semipresenciales, dando un porcentaje de crecimiento estudiantil del 85,2%, logrando así la diversificación de las carreras de Ing. Electrónica, Ing. Gestión de Transportes y Licenciatura en Archivología, mismas que se encuentra en funcionamiento en la actualidad. Durante la administración del Rector Dr. Silvio Álvarez se ha ampliado el servicio de internet, tomando en cuenta que la biblioteca central cuenta con un local de internet en funcionamiento, con equipamiento para 130 usuarios, esperando que su implementación y el cerramiento de un tercer espacio en la misma sala de lectura se ejecuten debidamente por parte de la Unidad de Desarrollo Físico en el año 2011. (Villarroel, 2011, pág. 18, 22,23 y 44).

El 27 de Octubre del 2010, cumpliendo con lo estipulado en el contrato suscrito entre las partes, se dio inicio a la construcción del edificio del centro de idiomas, en donde el Sr. Rector colocó la primera piedra que constituye la base fundamental en donde físicamente se impartirá el conocimiento a los estudiantes politécnicos en las diferentes áreas de los idiomas. Los medios comunicaciones locales y nacionales siempre requirieron la información y opinión del Rector de la Espoch ante los temas sensibles del Sistema de Educación Superior; en la cadena Gama Tv el Dr. Silvio Álvarez, defendió los temas más relevantes como: Incautación de Recursos y la Ley de Educación Superior. El Presidente de la República Eco. Rafael Correa y la Ministra María Fernanda Espinosa participaron en la condecoración al mérito que el Municipio de Riobamba otorgó al Pabellón de la Espoch, al haber alcanzado la Acreditación Institucional, con el más alto puntaje de las universidades del

Ecuador, gestión que llevo a cabo el Rector. Cabe recalcar que campañas como la forestación recibieron el apoyo de la primera autoridad politécnica, así como también a la remodelación del parque automotor, el cual permite brindar un servicio efectivo a la comunidad politécnica, en donde cada facultad tiene un bus para las giras académicas y la Unidad de Movilización mantiene un estricto control del buen uso de estas unidades, todas ellas debidamente legalizadas, con matrículas y seguros al día. El 24 de enero del 2011, al culminar su período el Dr. Silvio Álvarez, hizo la entrega formal del Rectorado, en compañía de sus colaboradores y amigos más cercanos, quienes lo despidieron con el reconocimiento a una sacrificada labor frente de la Institución por 10 años. (Villarreal, 2011, pág. 49, 151, 161, 175 y 200).

- **Dr. Romeo Rodríguez Cárdenas**

A finales del año 2011, uno de los temas de preocupación y diálogo institucional, sin lugar a dudas constituía el proceso de recambio generacional, factor motivado por la obligatoriedad de la ley, en jubilar a los compañeros docentes que tienen más de 70 años de edad, la cercanía del 31 de diciembre del 2014, fecha límite para acceder a los beneficios de la jubilación complementaria y el natural proceso de envejecimiento de la población docente de la Espoch, cabe mencionar que durante este período administrativo se dio apertura a la ejecución del proyecto de la Escuela de Capacitación para Conductores Profesionales, en donde los principales beneficiarios del proyecto serán profesionales, estudiantes, empleados, trabajadores de empresas públicas y privadas y la sociedad en general. La Institución en primera instancia empezará capacitando a los futuros conductores profesionales de la categoría C y luego seguiremos implementando los demás tipos de licencias existentes conjuntamente con el parque vial para cada categoría. (Revista Impulso, 2012, pág. 15 y 39).

La Espoch ha realizado varias participaciones en proyectos interinstitucionales referentes a la iniciación de autoempleo y emprendimiento en conjunto con varias instituciones de la microrregión como Riobamba, Alausí, Chambo, Guano, entre otras; en estas participaciones se han presentado alrededor de 252 ideas de negocio y 123 proyectos buscando potenciar varios planteamientos empresariales a través de la Incubadora de Empresas Rio Innova; el señor Rector Romeo Rodríguez, como máxima autoridad, declaró el 2012 como el año de la investigación en la Espoch,



con el fin de articular los problemas sentidos de lo económico, social, cultural y ambiental. La nueva era de la Espoch desde los años 2001-2011 con la administración del Dr. Silvio Álvarez Luna y a partir del 2011 con el liderazgo del Dr. Romeo Rodríguez Cárdenas, la Constitución entra en el sendero de la administración más propositiva, más objetiva, cuando institucionalmente se decide por constituirnos en la Universidad de Docencia con Investigación, condiciones que se enlazan mediante la Vinculación institucional con la colectividad en una fusión de la formación profesional con la generación de ciencia y tecnología; en conjunto como un engranaje dentro de la Gestión Académica y sin descuidar la Gestión Administrativa que complementa el cumplimiento de las responsabilidades institucionales ante la sociedad. En este compromiso, la Comisión de Vinculación asume el reto para desenvolver la función de enlace fundamentado en el objetivo de contribuir en el proceso de formación integral del estudiante politécnico, permitiendo una plena realización personal, profesional y del desarrollo humano del país, para lograr una sociedad más justa, equitativa y solidaria, en colaboración con los organismos del Estado y la realidad social. (Revista Impulso, 2012, pág. 66, 71 y 77).

- **Ing. Rosa Pinos Neira**

Gracias al prestigio, categoría y calidad académica de la institución y al trabajo de la Unidad de Nivelación y Admisión en los cursos de nivelación del SNNA, la SENESCYT eligió a la ESPOCH como parte del proceso de descentralización de los Cursos de Alto Rendimiento dirigido a aquellos bachilleres quienes obtuvieron los mejores puntajes en el Examen Nacional de Educación Superior. El Grupo de Alto Rendimiento se considera como una élite académica en el país, ya que algunos de sus integrantes serán los líderes futuros de la República. 21 jóvenes estudian en la ESPOCH 8 horas diarias durante 24 semanas a fin de recibir una nivelación especial que les permita escoger a través del examen estandarizado mundial (SAT) la universidad a la que quieran acceder, gracias a una beca total que les entregará el Gobierno Ecuatoriano. (Relaciones Públicas, 2013, pág. 21).

El Gobierno Institucional gestionó los trámites pertinentes para el pago de haberes a sus jubilados, en donde el Ministro de Finanzas aprueba la Reforma presupuestaria por un valor de 2'609.367,13 y autoriza realizar el trámite de pago, a más de estos

recursos se requería completar los 3'672.800 que cubría el Plan de Jubilaciones, por lo que la Epoch de su presupuesto institucional, asignó 1'063.423 de dólares adicionales; de esta manera la administración cumple con este derecho colectivo en clara demostración de gestión positiva, respeto y admiración a quienes entregaron los mejores años de su vida a la Epoch. La Rectora Ing. Rosa Elena Pinos, enfrentó una serie de cambios con nuevas leyes de educación y procesos de acreditación de carreras, entre otras, realizando así reuniones de trabajo dio a conocer que existen líneas de investigación dentro de la Epoch, con una orientación nacional de la matriz productiva para elaborar productos con valor agregado.(Relaciones Públicas; 2014).

Dentro de las funciones básicas de las instituciones de educación superior, se encuentra la investigación, la cual constituye el valor agregado de la tarea académica, por cuanto permite a la docencia mantenerse actualizada permanentemente en correspondencia con los vertiginosos avances de la ciencia y la tecnología; por lo tanto la investigación, juega un papel trascendental en la formación de profesionales, pues estimula la creatividad, fomenta la curiosidad de los estudiantes y el ejercicio de la duda, lo cual permite desarrollar la capacidad crítica necesaria para contribuir a la solución de problemas. La ESPOCH consiente de la importancia de la investigación y en función a un profundo análisis interno basado en la diagnosis del desarrollo de la investigación en la institución, las capacidades instaladas y la formación del personal docente e investigadores y en el análisis externo basado en la definición de las necesidades de investigación e innovación determinó las Líneas de Investigación Institucional, con cuya implementación y desarrollo se estará dando contestación a la demanda de soluciones de la sociedad desde la academia.(Instituto de Investigación y Posgrado, 2012, pág. 1, 3 y 4).De esta manera se definen siete líneas de investigación que se respaldan en los resultados de la diagnosis interna y externa; que son:

1. Gestión sustentable de los recursos naturales y culturales.
2. Energías renovables y protección ambiental.
3. Seguridad y soberanía alimentaria.
4. Tecnologías de la información, comunicación y procesos industriales.
5. Salud y nutrición.
6. Administración y economía.
7. Movilidad y transporte.

### **2.1.2. Misión, Visión y Objetivos.**

De acuerdo al Estatuto de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, aprobado mediante resolución **RPC-SO-27-N°278-2013**, adoptada en la Vigésima Séptima Sesión Ordinaria del pleno del Consejo de Educación Superior, desarrollada el 17 de Julio del 2013, y notificado en forma física en copias debidamente certificadas mediante oficio N°.CES-SG-2013-920, por el Dr. Juan Francisco Delgado Ponce, Secretario General Subrogante del CES, el 2 de Agosto del 2013 y recibido en esta dependencia con fecha 19 de Agosto del 2013.

#### **2.1.2.1. Misión**

"Formar profesionales e investigadores competentes, que contribuyan al desarrollo sustentable del país y a la construcción de la sociedad del buen vivir".

#### **2.1.2.2. Visión**

"Ser la institución líder de docencia con investigación, que garantice la formación profesional y de investigadores, la generación de ciencias y tecnologías para el desarrollo humano integral, con reconocimiento nacional e internacional".

#### **2.1.2.3. Objetivo general**

Trabajar para la transformación académica, administrativa y el mejoramiento continuo a través de la implementación de procesos de calidad en todas sus actividades.

##### **2.1.2.3.1. Objetivos específicos**

- ✓ Formar profesionales líderes, humanistas, emprendedores, con sólidos conocimientos científicos, tecnológicos; con capacidad de auto-educarse; de comprender la realidad socioeconómica del país, Latinoamérica y el mundo.
- ✓ Aportar el desarrollo del pensamiento universal y al conocimiento, revitalización, preservación y enriquecimiento de los saberes y culturales ancestrales, orientadas al despliegue de la producción científica y a la transferencia e innovación tecnológica.
- ✓ Promover el respeto de los derechos de la naturaleza, la preservación de un ambiente sano y una educación y cultura ecológica.
- ✓ Construir espacios para el fortalecimiento del Estado constitucional de derechos y justicia social, soberana, independiente, unitaria, intercultural, plurinacional y laico.

- ✓ Desarrollar programas de formación a nivel de grado, postgrado y educación continua, basados en la investigación y la producción de bienes y servicios.
- ✓ Fortalecer en las y los estudiantes un espíritu crítico-reflexivo orientado al logro de la autonomía personal, en un marco de libertad de pensamiento y de pluralismo ideológico.
- ✓ Potenciar la investigación e innovación científica, tecnológica, pedagógica y de los saberes ancestrales.
- ✓ Contribuir al desarrollo local, nacional de manera permanente a través del trabajo y servicio comunitario de vinculación con la sociedad.
- ✓ Rendir cuentas a la sociedad y a los organismos determinados por la Ley, sobre el cumplimiento de su misión, fines y objetivos.

#### **2.1.2.4. Objetivos Operacionales y Estratégicos de la Institución.**

Según la información brindada por el Departamento de Planificación la institución cuenta con los siguientes objetivos:

##### **2.1.2.4.1. Análisis sub-estratégico**

- 🌿 Establecer una estrategia que permita medir el avance de la visión y el cumplimiento de la misión institucional, acorde al Plan del Buen Vivir; y su aplicabilidad en el tiempo.
- 🌿 Mejorar la Planificación Estratégica Institucional, como mecanismo para el cumplimiento de la misión y objetivos estratégicos de la Institución.
- 🌿 Establecer una estrategia institucional para analizar, socializar y aplicar las normativas institucionales para el soporte al cumplimiento de la visión, misión y objetivos estratégicos institucionales.
- 🌿 Fortalecer los procesos de evaluación y mejora continua, como mecanismo de fortalecimiento del cumplimiento de la visión, misión y objetivos estratégicos institucionales.
- 🌿 Implementar un plan de comunicación como soporte estratégico al cumplimiento de la visión, misión y objetivos estratégicos institucionales.

##### **2.1.2.4.2. Subsistema Administrativo**

- Definir mecanismos estratégicos para la planificación de la Gestión Administrativa Institucional como soporte a las funciones básicas de la universidad.

- Desarrollar estrategias efectivas que permitan brindar apoyo eficaz al sector estudiantil de la Institución.
- Fortalecer las tecnologías de Información y Comunicación como apoyo a la Gestión Institucional.
- Desarrollar mecanismos estratégicos eficientes para la administración del presupuesto como eje transversal de la Gestión Institucional.
- Desarrollar e implementar acciones estratégicas para la planificación de la infraestructura física Institucional para el cumplimiento de la misión y objetivos institucionales.
- Generar mecanismos eficaces que permitan fortalecer la planificación del Talento Humano como apoyo a la Gestión Institucional.

#### **2.1.2.4.3. Subsistema Investigación**

- Desarrollar condiciones óptimas para la planificación de la investigación mediante la construcción de herramientas fundamentales que permitan tener una base sólida.
- Definir mecanismos para consolidar la planificación de la infraestructura física para el desarrollo de la investigación.
- Definir procedimientos claros para la motivación, empoderamiento e incorporación de los docentes al proceso de investigación.
- Definir procedimientos claros para la motivación, empoderamiento e incorporación de los docentes al proceso de investigación.
- Establecer procedimientos claros y eficaces para la planificación del posgrado en la Institución que aporte a la investigación.

#### **2.1.2.4.4. Subsistema Académico**

- ✓ Mejorar la competencia académica
- ✓ Garantizar la política académica.
- ✓ Mejorar el servicio académico con calidad y calidez.
- ✓ Incrementar las capacidades tecnológicas y garantizar el acceso a consultas.

#### **2.1.2.4.5. Subsistema Vinculación**

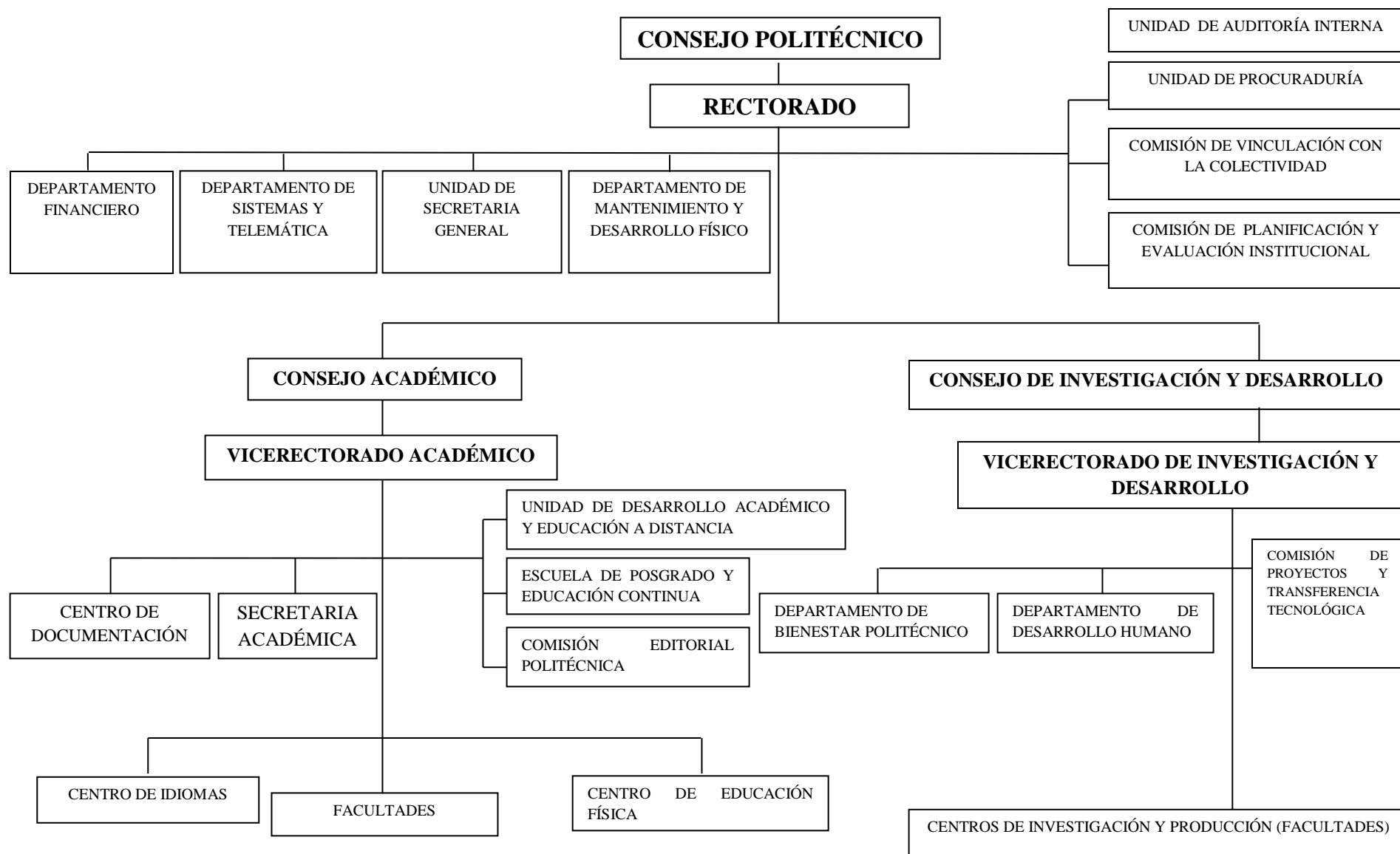
- ☀ Mejorar la planificación de la vinculación institucional.
- ☀ Mejorar la capacidad institucional para la generación e implementación de convenios, programas y proyectos interinstitucionales.

- ✶ Mejorar las capacidades de Talento Humano y fortalecer los instrumentos para fortalecer la vinculación institucional.

### **2.1.3. Estructura Orgánico Funcional**

La realidad institucional, nos señala que debemos asumir una actitud positiva frente a los grandes desafíos, mejorar ante el estancamiento y la apatía, implementar una cultura organizativa, con coordinación y responsabilidad, entendiendo que la estructura de una organización es simplemente la suma total de las formas en que su trabajo es dividido en diferentes tareas con una adecuada coordinación entre ellas, para el cumplimiento efectivo de su misión, procurando que nuestra Politécnica se constituya en un verdadero sistema abierto y dinámico, que implique integridad y unificación para lograr el funcionamiento óptimo del conjunto de sus componentes (Espoch, 2007-2012).

**Gráfico # 1: Estructura orgánica funcional**



Fuente: [www.esPOCH.edu.ec](http://www.esPOCH.edu.ec)

Elaborado por: Departamento de Talento Humano EsPOCH

## 2.2. FUNDAMENTACIÓN TEORICA Y CONCEPTUAL

### 2.2.1. Fundamentación Teórica

#### MARKETING

Actualmente el marketing en cualquier ámbito es importante dentro de un mundo globalizado, porque está enfocado en la satisfacción del cliente en mercados meta bien definidos, generando valor para el cliente. Por tal motivo existen diversas filosofías del marketing en las diferentes empresas, la primera a analizar es la **orientación a la producción**, la misma que se direcciona hacia la capacidad interna de la empresa, se la considera incompleta, porque no reconoce si los bienes y servicios que la empresa produce con mayor eficiencia satisfacen también las necesidades del mercado. Sin embargo, es más frecuente que las empresas que alcanzan el éxito en mercados competitivos tengan un claro concepto, de que primero deben determinar lo que los clientes desean y luego producirlo, en lugar de anteponer lo que la administración de la empresa crea que deba producirse, (Lamb, Hair, & McDaniel, 2002, pág. 6).

Continuando con la evolución del marketing la segunda filosofía es la **orientación a las ventas**, en donde se basa en la idea de que los clientes compraran más productos o servicios, si se utilizan técnicas de ventas agresivas, para obtener mayores utilidades, en esta etapa lo que buscan las empresas es vender cosas y cobrar dinero; pero la principal dificultad que encuentran las organizaciones a pesar de la calidad de sus vendedores, no pueden convencer a los clientes potenciales de comprar bienes y servicios que no desean ni necesitan. (Etzel, Stanton, & Walker, B., 2000, pág. 8).

En cambio la orientación al mercado requiere liderazgo de alta administración, enfoque en el cliente, inteligencia para competir y coordinación interfuncional para satisfacer las necesidades y deseos del cliente y dar valor superior, para mantener relaciones mutuamente gratificantes con los clientes.



Es por eso que para (Lamb, et al, 2002, pág. 6), el marketing es “El proceso de planear y ejecutar la concepción, precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan las metas individuales y las de la empresa”, a pesar de este concepto es necesario analizar otras concepciones de distintos autores según, (Kotler, 2012, pág. 5), “El marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual los individuos y organizaciones obtienen lo que necesitan y desean creando e intercambiando valor con otros”, así también para (Kerin, Berkowitz, Hartlley, & Rudelius, 2003, pág. 10), “Es una actividad amplia de los intercambios benéficos, que satisfacen los objetivos de quienes compran y quienes venden ideas, bienes y servicios, trátase de personas u organizaciones”, todos estos pensamientos permiten reconocer que no hay una razón por lo cual los consumidores deban comprar lo que ofrece una empresa, a menos que de alguna manera sirva mejor a los deseos y necesidades de los clientes que las ofertas de los competidores.

Un punto importante a resaltar es la **orientación al marketing social**, en donde las empresas no solo satisfacen los deseos y necesidades del cliente, si no también busca velar por los intereses de los individuos y de la sociedad, es decir siendo amigable con el medio ambiente (Lamb, et al, 2002, pág. 6).

Por lo tanto para (Alcaraz, 2011, pág. 80), “El marketing se encarga del proceso de planear las actividades de la empresa en relación con el precio, la promoción, la distribución y la venta de bienes y servicios que ofrece, así como la definición del producto o servicio con base en las preferencias del consumidor, de forma tal que permitan crear un intercambio, que satisfaga los objetivos de los clientes y de la propia organización”.

## **MARKETING POLÍTICO**

Es importante destacar que aunque principalmente se habla de marketing político cuando se está desarrollando una campaña electoral, esta función debería ser una constante en la relación entre los partidos políticos y los ciudadanos, con el objeto de que la transparencia que implica la democracia sea una realidad. Es así que para (Paradise, 1990, pág. 5), “El marketing político es un fenómeno social y una expresión de la presente crisis en el

ejercicio del poder y se manifiesta por dos causas fundamentales; el desgaste en el ejercicio del poder (causado mayormente por el incumplimiento de las promesas de campaña) y la burocratización de las instituciones del Estado”, en lo referente al marketing en la política es un factor importante y de gran relevancia que los candidatos manejen de una forma adecuada su personalidad, la actitud y aptitud que debe mantener durante un discurso, por lo tanto según (Ramírez, 2007, pág. 7), “El marketing político no se limita a un período fijado por la ley; ni tiene porque estar condicionado con la inmediatez de una elección, que es el verdadero momento en el que se intensifican las actividades de las opciones políticas”, así también para (Barranco, 2003, pág. 1), “Es un conjunto de tácticas y de técnicas que permiten conocer los deseos y necesidades que tiene el mercado electoral, y establecer un programa ideológico que le satisfaga ofreciéndole un candidato que personalice dicho programa y al que se apoye e impulse a través de la publicidad política”, es importante resaltar que todos los candidatos buscan formar partidos políticos con quienes se encuentren identificados y respaldados, en donde luchen por alcanzar sus ideales, porque son organizaciones creadas para influir en las decisiones políticas, que más tarde ha de llevar a la práctica, es así que los partidos políticos es esencial para la democracia.

Los autores antes mencionados dan un análisis sobre el marketing político, pero es importante citar a otros autores para un mejor entendimiento, como por ejemplo para (Rufín, & Medina, 2012, pág. 193), “El marketing político es el proceso por el cual los candidatos políticos y sus ideas son dirigidas a los votantes con el fin de satisfacer sus necesidades potenciales, y así ganar partidarios; en sí es una aplicación sectorial del marketing, produciendo lealtad hacia las organizaciones y partidos políticos; así también según (Sastre, 2009, pág. 157), “Se trata de adaptar las técnicas del marketing comercial al ámbito de las elecciones políticas, con la diferencia de que, en vez de ofertarse un producto o servicio, se oferta un conjunto de ideas desarrolladas en un programa político o un partido político destinado a gobernar, o bien un candidato que va a ejercer como representante de los ciudadanos que lo eligen”.

## **ADMINISTRACIÓN**

Según (Terry, 1984, pág. 20), define a la administración como “La fuerza que dirige un negocio y que es responsable de su éxito o fracaso, considerando como el desempeño para conseguir y lograr los resultados deseados por medio de los esfuerzos de un grupo, que consiste en la utilización del talento humano y los recursos”.

Así también para (Koontz, Weihrich, & Cannice, 2008, pág. 4), “Es el proceso de diseñar y mantener un ambiente donde individuos, que trabajen juntos en grupos, cumplen metas específicas de manera eficiente”. Los autores antes mencionados dan un análisis de la administración, pero es importante citar a otros autores para un mejor entendimiento, como por ejemplo, “La administración es el proceso de estructurar y utilizar conjuntos de recursos orientados hacia el logro de metas, para llevar a cabo las tareas en su entorno organizacional”. (Hitt, Black, & Porter, 2006, pág. 8).

Es así que a la administración se la define de varias formas, dependiendo del punto de vista, convicciones y comprensión del que la define, por lo tanto para (Ramírez, 2005, pág. 5). “Es un conjunto de principios y técnicas que se explican para ejecutar las funciones del proceso administrativo, como son: planificación, organización, dirección y control”. Según (Münch, 2007, pág. 6), la administración "Es un proceso a través del cual se coordina y optimiza los recursos de un grupo social, con el fin de lograr la máxima eficacia, calidad y productividad en la consecución de sus objetivos".

Analizando las definiciones anteriores, se observa que tomadas independientemente, ninguna es lo suficientemente clara y concreta pero con aporte de todas ellas se puede llegar a formar un concepto a prioridad que satisfaga la inquietud intelectual, es así que para (Amaru, 2009, pág. 6), "Es el proceso de tomar decisiones sobre los objetivos y la utilización de los recursos. Abarca cinco tipos principales de decisiones, llamadas también procesos o funciones: planeación, organización, liderazgo, y control".

## **INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

En este trabajo investigativo es importante analizar las diferentes concepciones de investigación de mercado, con el fin de resolver problemas y aclarar nuevas tendencias, según (Benassini, 2001, pág. 4) define a la investigación de mercados como: “La reunión, el registro y el análisis de todos los hechos acerca de los problemas relacionados con las actividades de las personas, las empresas y las instituciones en general. La investigación de mercados ayuda identificar problemas, oportunidades, desarrollar alternativas y permite tomar mejores decisiones de tipo económico, político, y social”. Así pues para (Malhotra, 2004, pág. 7), “Es la identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivos de la investigación con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionada con la identificación y la solución de problemas y las oportunidades del marketing”.

Razón por la cual el propósito fundamental de la investigación de mercados, facilita la identificación de factores internos y externos del mercado objetivo, es conveniente mencionar varios aspectos de la definición de los autores, (Hair, Bush, & Ortinau, 2009, pág. 4). “Es un proceso sistemático, las tareas de este proceso comprende diseñar métodos para recopilar información, administrar la recolección de información, analizar e interpretar los resultados para comunicarnos a quienes toman las decisiones”, todo esto ayudara a que el trabajo investigativo sea claro, preciso, coherente y lógico con toda la información interna y externa del campo investigativo. Es así que para (Alcaraz, 2011, pág. 81), “las decisiones que se tomen en el área de marketing y en otras áreas de la empresa, deben buscar la satisfacción del cliente; para lograrlo es necesario conocer sus necesidades y cómo pueden satisfacerse. La investigación de mercado se utiliza como una herramienta valiosa en la obtención de esta información”. Según (Trespalcios, Vázquez, & Bello, 2005, pág. 31), “La investigación de mercados implica el diagnóstico de necesidades de información y su búsqueda sistemática y objetiva mediante el uso de métodos para su obtención, análisis e interpretación con el fin de identificar y solucionar problemas y aprovechar oportunidades en el campo del marketing”.

## **LEY DE EDUCACIÓN SUPERIOR**

Según el Art. 350.- El sistema de educación superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo. (Asamblea Nacional Constituyente, 2008, pág. 103).

Todos desean una Educación Universitaria de calidad, nadie quiere una universidad mediocre, la búsqueda de la excelencia, es un argumento inatacable. Según el: Art. 1.- Ámbito.-“Esta Ley regula el sistema de educación superior en el país, a los organismos e instituciones que lo integran: determina derechos, deberes y obligaciones de las personas naturales y jurídicas, y establece las respectivas sanciones por el incumplimiento de las disposiciones contenidas en la Constitución y la presente Ley”. (Asamblea Nacional Constituyente, 2010, pág. 5).

En el contexto la (Asamblea Nacional Constituyente, 2010, pág. 6), en el Art. 6.- Derechos de los profesores o profesoras e investigadores o investigadoras.- Son derechos de los profesores o profesoras e investigadores o investigadoras de conformidad con la Constitución y esta Ley los siguientes:

- a) Ejercer la cátedra y la investigación bajo la más amplia libertad sin ningún tipo de imposición o restricción religiosa, política, partidista o de otra índole;
- b) Contar con las condiciones necesarias para el ejercicio de su actividad;
- c) Acceder a la carrera de profesor e investigador y a cargos directivos, que garantice estabilidad, promoción, movilidad y retiro, basados en el mérito académico, en la calidad de la enseñanza impartida, en la producción investigativa, en el perfeccionamiento permanente, sin admitir discriminación de género ni de ningún otro tipo;
- d) Participar en el sistema de evaluación institucional;
- e) Elegir y ser elegido para las representaciones de profesores/as, e integrar el cogobierno, en el caso de las universidades y escuelas politécnicas;

- f) Ejercer la libertad de asociarse y expresarse;
- g) Participar en el proceso de construcción, difusión y aplicación del conocimiento; y,
- h) Recibir una capacitación periódica acorde a su formación profesional y la cátedra que imparta, que fomente e incentive la superación personal académica y pedagógica.

En el Art. 8.- Serán Fines de la Educación Superior.- La educación superior tendrá los siguientes fines:

- a) Aportar al desarrollo del pensamiento universal, al despliegue de la producción científica y a la promoción de las transferencias e innovaciones tecnológicas:
- b) Fortalecer en las y los estudiantes un espíritu reflexivo orientado al logro de la autonomía personal, en un marco de libertad de pensamiento y de pluralismo ideológico;
- c) Contribuir al conocimiento, preservación y enriquecimiento de los saberes ancestrales y de la cultura nacional;
- d) Formar académicos y profesionales responsables, con conciencia ética y solidaria, capaces de contribuir al desarrollo de las instituciones de la República, a la vigencia del orden democrático, y a estimular la participación social:
- e) Aportar con el cumplimiento de los objetivos del régimen de desarrollo previsto en la Constitución y en el Plan Nacional de Desarrollo:
- f) Fomentar y ejecutar programas de investigación de carácter científico, tecnológico y pedagógico que coadyuven al mejoramiento y protección del ambiente y promuevan el desarrollo sustentable nacional:
- g) Constituir espacios para el fortalecimiento del Estado Constitucional, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico: y.
- h) Contribuir en el desarrollo local y nacional de manera permanente, a través del trabajo comunitario o extensión universitaria.

Por lo tanto en el Art. 13.- Funciones del Sistema de Educación Superior.- Son funciones del Sistema de Educación Superior:

a) Garantizar el derecho a la educación superior mediante la docencia, la investigación y su vinculación con la sociedad, y asegurar crecientes niveles de calidad, excelencia académica y pertinencia.

k) Promover mecanismos asociativos con otras instituciones de educación superior, así como con unidades académicas de otros países, para el estudio, análisis, investigación y planteamiento de soluciones de problemas nacionales, regionales, continentales y mundiales:

1) Promover y fortalecer el desarrollo de las lenguas, culturas y sabidurías ancestrales de los pueblos y nacionalidades del Ecuador en el marco de la interculturalidad.

ñ) Brindar niveles óptimos de calidad en la formación y en la investigación.

Así como también el Art. 9.- La educación superior y el buen vivir.- La educación superior es condición indispensable para la construcción del derecho del buen vivir, en el marco de la interculturalidad, del respeto a la diversidad y la convivencia armónica con la naturaleza. (Asamblea Nacional Constituyente, 2010, pág. 6 y 7).

Es importante analizar las diferentes concepciones referentes a la Ley Orgánica de Educación Superior, según el Art. 107.- “Principio de pertinencia.-El principio de pertinencia consiste en que la educación superior responda a las expectativas y necesidades de la sociedad, a la planificación nacional, y al régimen de desarrollo, a la prospectiva de desarrollo científico, humanístico y tecnológico mundial, y a la diversidad cultural. Para ello, las instituciones de educación superior articularán su oferta docente, de investigación y actividades de vinculación con la sociedad, a la demanda académica, a las necesidades de desarrollo local, regional y nacional, a la innovación y diversificación de profesiones y grados académicos, a las tendencias del mercado ocupacional local, regional y nacional, a las tendencias demográficas locales, provinciales y regionales: a la vinculación con la estructura productiva actual y potencial de la provincia y la región, y a las políticas

nacionales de ciencia y tecnología”.(Asamblea Nacional Constituyente, 2010, pág. 19).La labor de las universidades, siempre ha sido, encontrar, producir, transmitir, renovar, transformar el conocimiento, pero en el mundo de hoy es de especial importancia porque el conocimiento cambia tan rápidamente que solo tendrán posibilidades de desarrollo autónomo los países que desarrollen una capacidad constante de aprender y responder a situaciones nuevas e inesperadas con métodos nuevos y creativos.

Continuando con el análisis de la Ley Orgánica de Educación Superior, Art. 125.- “Programas y cursos de vinculación con la sociedad.- Las instituciones del Sistema de Educación Superior realizarán programas y cursos de vinculación con la sociedad guiados por el personal académico. Para ser estudiante de los mismos no hará falta cumplir los requisitos del estudiante regular”.(Asamblea Nacional Constituyente, 2010, pág. 21).

En el mismo contexto, en el Art. 147.- “Personal académico de las universidades y escuelas politécnicas.- El personal académico de las universidades y escuelas politécnicas está conformado por profesores o profesoras e investigadores o investigadoras. El ejercicio de la cátedra y la investigación podrán combinarse entre sí. lo mismo que con actividades de dirección, si su horario lo permite, sin perjuicio de lo establecido en la Constitución en esta Ley, y el Reglamento de Carrera y Escalafón del Profesor e Investigador del Sistema de Educación Superior.

Según el Art. 156.- “Capacitación y perfeccionamiento permanente de los profesores o profesoras e investigadores o investigadoras.- En el Reglamento de Carrera y Escalafón del Profesor e Investigador del Sistema de Educación Superior se garantizará para las universidades públicas su capacitación y perfeccionamiento permanentes. En los presupuestos de las instituciones del sistema de educación superior constarán de manera obligatoria partidas especiales destinadas a financiar planes de becas o ayudas económicas para especialización o capacitación y año sabático.(Asamblea Nacional Constituyente, pág. 24). Toda capacitación de carácter académico es de gran importancia para la Institución, porque por medio de la misma se gana prestigio y excelencia académica a nivel Nacional e Internacional.



Según lo estipulado en el Art. 24.- Distribución de los recursos.- Los recursos destinados anualmente por parte del Estado a favor de las universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores públicos y particulares que reciban rentas y asignaciones del Estado, se distribuirán con base a criterios de calidad, eficiencia, equidad, justicia y excelencia académica, que entre otros parámetros prevalecerán los siguientes:

- a) Número de estudiantes y costo por carrera y nivel;
- b) Número, dedicación, título y experiencia docente en función de las evaluaciones pertinentes;
- c) Clasificación académica y tipología de instituciones, Carreras y programas,
- d) Eficiencia en docencia e investigación y relación con el desarrollo nacional y regional;
- e) Eficiencia terminal: y,
- f) Eficiencia administrativa.

Los porcentajes correspondientes a cada parámetro de distribución se establecerán en el respectivo reglamento, y tendrán en cuenta: los lineamientos del Plan Nacional de Desarrollo, un sistema de incentivos orientados a la excelencia académica, el mejoramiento de la formación de las plantas de profesores e investigadores, el tipo de carrera, el fomento a la investigación, la innovación y el desarrollo tecnológico. Se considerará como parámetro adicional, la vinculación de su oferta al desarrollo nacional o regional, a la creación de sinergias, asociaciones y/o fusiones con otras instituciones de educación superior de su región, y a la promoción de potencialidades territoriales. Para la distribución de los recursos, la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, elaborará el informe respectivo que establezca la fórmula de distribución de los recursos, para aprobación del Consejo de Educación Superior. Una vez aprobada dicha fórmula, la Secretaría Nacional de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, distribuirá dichos recursos. Las instituciones de educación superior que se crearen o que fueran incorporadas a la distribución de fondos por mandato de la Ley, recibirán la parte proporcional de los incrementos de las respectivas rentas, desde el año siguiente a su creación o incorporación. (Asamblea Nacional Constituyente, pág. 9).

(Asamblea Nacional Constituyente, pág. 10). Art. 28.- Fuentes complementarias de ingresos y exoneraciones tributarias.- Las instituciones de educación superior públicas podrán crear fuentes complementarias de ingresos para mejorar su capacidad académica, invertir en la investigación, en el otorgamiento de becas y ayudas económicas, en formar doctorados, en programas de posgrado, o inversión en infraestructura, en los términos establecidos en esta Ley. Las instituciones de educación superior públicas gozarán de los beneficios y exoneraciones en materia tributaria y arancelaria, vigentes en la Ley para el resto de instituciones públicas, siempre y cuando esos ingresos sean destinados exclusivamente y de manera comprobada a los servicios antes referidos. Los servicios de asesoría técnica, consultoría y otros que constituyan fuentes de ingreso alternativo para las universidades y escuelas politécnicas, públicas o particulares, podrán llevarse a cabo en la medida en que no se opongan a su carácter institucional sin fines de lucro. El Consejo de Educación Superior regulará por el cumplimiento de esta obligación mediante las regulaciones respectivas. Por consiguiente en el Art. 30.- Asignaciones y rentas del Estado para universidades y escuelas politécnicas particulares.- Las universidades y escuelas politécnicas particulares que a la entrada de vigencia de la Constitución de la República del Ecuador reciban asignaciones y rentas del Estado, podrán continuar percibiéndolas en el futuro. Están obligadas a destinar dichos recursos al otorgamiento de becas de escolaridad e investigación a estudiantes matriculados en programas académicos de cualquier nivel, que por su origen socio económico, etnia, género, discapacidad o lugar de residencia, entre otros, tengan dificultad para acceder, mantenerse y terminar exitosamente su formación, desde el inicio de la carrera: así como también, becas de docencia e investigación para la obtención del título de cuarto nivel. (Asamblea Nacional Constituyente, pág. 10).

### **2.2.2. Fundamentación Conceptual**

#### **Gobierno:**

(Pachón, Acosta, & Milazzo, 2005, pág. 88). “Contemporáneamente, la noción de gobierno se expresa como una institución política denominada también rama ejecutiva del poder público, también se puede decir que es una primera aproximación a su comprensión nos

dice que el gobierno es el conjunto de las personas que ejercen el poder político, o sea, que determinan la orientación política de una cierta sociedad”.

### **Evaluación:**

Para (Díaz, & García, 2004, pág. 20). “La evaluación es un tema polémico, complejo y confuso. Es polémico por cuanto cada individuo tiene su forma de evaluar, producto de su reflexión personal y de su contacto con la práctica; es complejo porque tiene implicaciones técnicas, políticas, sociales y psicológicas; por último es un tema confuso por la polisemia del vocablo”.

### **Método:**

(Ávalos, Figueroa, Galván, García, Gómez, Téllez, & López, 2004, pág. 8). “Desde el punto de vista etimológico, la palabra método significa: dirección o camino para llegar a un fin. Desde el punto de vista científico: método es el procedimiento que se sigue en las ciencias para hallar la verdad y enseñarla. La función básica del método radica en que constituye un instrumento para obtener ciencia y, como todo instrumento, su valor se determina según la medida en que nos permite lograr lo que queremos hacer”.

### **Planificación:**

Según (Münch, 2007, pág. 39), “Es la determinación de escenarios futuros y del rumbo a donde se dirige la empresa, considerando los resultados que se pretende obtener para minimizar riesgos y definir las estrategias para lograr la misión de la organización con una mayor probabilidad de éxito”.

Para (Amaru, 2009, pág. 170), “Es la herramienta para administrar las relaciones con el futuro; es una aplicación específica del proceso de tomar decisiones. Las decisiones que buscan influir en el futuro o que se pondrán en práctica en él son decisiones de planeación”.

### **Marketing:**

Para (Lambin, Gallucci, & Sicurello, 2007 – 2008, pág. 4), “El marketing es publicidad, promoción y venta agresiva; en otras palabras, es un conjunto de instrumentos de ventas particularmente agresivos, utilizados para penetrar en los mercados. Es así que el marketing es el promotor y arquitecto de la sociedad de consumo, esto es, un sistema de mercado donde los individuos son comercialmente explotados por los vendedores”.

**Marketing social:**

Para (Pérez, 2004. pág. 3), menciona “Es el diseño, implementación y control de programas dirigidos a incitar la aceptación de ideas sociales, mediante la inclusión de factores como la planeación del producto, precio, comunicación, distribución e investigación de mercados”.

Según (Kotler y Robert, 1989. pág.3), “Una organización conduce todos sus esfuerzos hacia un grupo (agente de cambio), el cual intenta persuadir a otros (adoptadores o mercados meta) a que acepten, modifiquen o abandonen ciertas ideas, aptitudes prácticas y comportamientos”. Así para (Andreasen, 1994. pág. 4), “El marketing social es la adaptación del marketing comercial a los programas diseñados para influir en el comportamiento voluntario de la audiencia meta, con el fin de mejorar su bienestar y el de la sociedad en general, por medio del uso de la tecnología del marketing comercial en los programas sociales”.

**Marketing de precisión:**

“Anglicismos, expresiones de nuevo cuño y gentilicios artificiales describen los nuevos públicos emergentes que los gestores del mundo del marketing estudian en profundidad en su intento de no desperdiciar un potencial que los expertos coinciden en calificar como enorme. Así, el mercado maduro, babyboomers, los jóvenes formados en el campo de las nuevas tecnologías, nativos digitales y los solteros singles, son objetivo prioritario para el análisis, junto con los inmigrantes, un segmento nuevo y numeroso en nuestro país que conforma una demanda vital para las marcas en la actualidad”. (Vocento, 2007, pág. 20-22).

**Marketing de Percepciones:**

“Las percepciones determinan la visión que tenemos del mundo y de esa visión se derivarán comportamientos, muchos de los cuales son de suma utilidad para las organizaciones. De manera que la percepción es el proceso por el cual un individuo selecciona, organiza e interpreta estímulos para entender el mundo en forma coherente y con significado”. (Baptista, León, & Mora, 2010, pág. 13).

### **Marketing Experiencias:**

Según (Etxebarria, 2009, pág. 1), “El marketing de experiencias o marketing emocional gestiona el valor de la oferta de un producto o servicio a través de la creación de vivencias emocionales de comunicación y consumo gratificantes para el comprador/usuario y pertinentes a la marca”.

Para (Lenderman, & Sánchez, 2008, pág. 34), “El crecimiento del marketing de experiencias se debe al deseo de los consumidores de estar conectados a las marcas por medio de una comunicación especial y la necesidad de los publicistas de desmarcarse del saturado mercado de la publicidad y contrarrestar la creciente ineficiencia del marketing de masas. El marketing de experiencias comunica el mensaje de la marca en el momento y lugar en que el consumidor se muestra más receptivo para ello y permite al consumidor interactuar con la marca o producto”.

### **Marketing de Gobernabilidad:**

Según (Barrientos, 2010, pág. 119–134), “El marketing de gobernabilidad es un campo nuevo para los profesionales del mercadeo y es necesario conocer hasta dónde llega su campo de acción. En tal sentido, el objetivo del artículo es explicar que el marketing es, además de una actividad que puede ser utilizada en procesos electorales, también lo es para momentos en que la organización le corresponde gobernar”.

### **Marketing Electoral:**

Para (Herreros, 1989, pág. 2), “Constituye una herramienta de ayuda a la consecución de un número significativo de candidatos, por el aporte de procedimientos y métodos racionales configuradores de un sistema ceñido a la política de comunicación de un partido u organización electoral, más que el partido propiamente dicho”.

## **CAPÍTULO III: MARCO METODOLÓGICO**

### **3.1. HIPÓTESIS o IDEA A DEFENDER**

#### **3.1.1. Hipótesis General**

La administración del Gobierno Institucional de la Espoch, es factible que siga los lineamientos establecidos por la Ley de Educación Superior.

#### **3.1.2. Hipótesis Alternativas**

- Existe un desconocimiento de las opiniones de los docentes, empleados y trabajadores, en cuanto a la administración del Gobierno Institucional de la Espoch.
- El estudio de aceptación es un factor importante al realizar el análisis de la administración del Gobierno Institucional de la Espoch.
- El estudio de aceptación y proyección administrativa del Gobierno Institucional periodo 2011 – 2016, va a contribuir al mejoramiento de la misma.

### **3.2. VARIABLES**

#### **3.2.1. Variable Independiente**

Lineamientos establecidos por la Ley de Educación Superior.

#### **3.2.2. Variable Dependiente**

Administración del Gobierno Institucional Espoch.

### **3.3. TIPOS DE INVESTIGACIÓN**

#### **3.3.1. Tipos de estudios de investigación**

##### **3.3.1.1. Investigación Descriptiva**

La investigación descriptiva es una forma de estudio para saber quién, dónde, cuándo, cómo y porqué del sujeto del estudio. En otras palabras, la información obtenida en un estudio descriptivo, explica perfectamente a una organización, el consumidor, objetos, conceptos y cuentas (Mohammad, 2005, pág. 91). Es decir detalla las características más importantes del problema de estudio, considerando su tiempo y espacio; además la

investigación descriptiva utiliza la observación directa, la entrevista, la encuesta como técnicas de recolección de información primaria; también acuden a informes y documentos archivados, que se encuentra en el departamento de cartera de la ESPOCH.

#### **3.3.1.2. Investigación Correlativa**

La investigación correlativa proporciona indicios de la relación que podría existir entre dos o más cosas, o de qué tan bien uno o más datos podrían predecir un resultado específico, la misma que utiliza un índice numérico llamado coeficiente de correlación, como medida de la fortaleza de tal relación (Salkind, 1999, pág. 12).

Este tipo de investigación tiene como propósito medir el grado de relación que existe entre los empleados, trabajadores y docentes de la Espoch, además va a permitir analizar los factores internos establecidos dentro de la Institución. Lo cual va a acceder a plantear estrategias para medir el grado de aceptación que posee el Gobierno Institucional.

#### **3.3.2. Diseño de la Investigación**

##### **3.3.2.1. Diseño Longitudinal**

Según (Ortiz, 2004, pág. 47). Es un tipo de investigación que se realiza cuando se requiere analizar cambios a través del tiempo en determinadas variables o en las relaciones entre éstas. En este tipo de estudios se recolectan datos a través del tiempo en puntos y períodos especificados, para hacer inferencias con respecto al cambio, a sus determinantes y a sus consecuencias.

### **3.4. POBLACIÓN Y MUESTRA**

#### **3.4.1. Población**

Es el total de todos los elementos que comparten algún conjunto de características comunes y que comprenden el universo del propósito del problema de investigación de mercados. Los parámetros de población son típicamente números, como la proporción de consumidores que son leales a una marca, se puede obtener información acerca de parámetros de población al tomar un censo o muestra (Malhotra, (2004), pág. 314).

### 3.4.2. Segmentación de mercado

La segmentación de mercado es el proceso de dividir un mercado en grupos distintos de compradores con base a sus necesidades, características o comportamientos, y que podrían requerir productos o combinaciones de marketing distintos (Kotler, & Armstrong, (2001), pág. 46). Por lo tanto el perfil del segmento al cual esta direccionado la investigación es el siguiente:

**Tabla # 2: Perfil del Docente**

<b>Variables Demográficas</b>	Edad	25 – 65 años.
	Sexo	Masculino – Femenino
	Nivel de instrucción	Superior – Maestría – Doctorado.
<b>Variables Geográficas</b>	Unidad geográfica	Región
	Condiciones Geográficas	Indiferente.
	Raza	Latinos.
	Población	Urbana – Rural.
<b>Variables Psicográficas</b>	Grupos de referencia	Familia – Amigos – Compañeros de trabajo.
	Clase social	Media – Alta.
	Personalidad	Práctico – Seguro – Conservador – Abierto – Competitivo – Imaginativo.
	Cultura	Valores – Nivel de comunicación – Entorno.
	Ciclo de vida familiar	Solteros – Casados
<b>Variables Posición del usuario o de uso</b>	Frecuencia de uso	Usuario regular.
	Ocasión de uso	Usuario irregular.
	Lealtad	Usuarios sin preferencias específicas.

**Fuente:** Segmentación de mercado

**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary



**Tabla # 3: Perfil de Empleados**

<b>Variables Demográficas</b>	Edad	25 – 65 años.
	Sexo	Masculino – Femenino
	Nivel de instrucción	Tercer Nivel – Cuarto Nivel
<b>Variables Geográficas</b>	Unidad geográfica	Región
	Condiciones Geográficas	Indiferente.
	Raza	Latinos.
	Población	Urbana – Rural.
<b>Variables Psicográficas</b>	Grupos de referencia	Familia – Amigos – Compañeros de trabajo.
	Clase social	Media – Alta.
	Personalidad	Práctico – Competitivo – Imaginativo.
	Cultura	Valores – Nivel de comunicación.
	Ciclo de vida familiar	Solteros – Casados
<b>Variables Posición del usuario o de uso</b>	Frecuencia de uso	Usuario regular.
	Ocasión de uso	Usuario irregular.
	Lealtad	Usuarios sin preferencias específicas.

**Fuente:** Segmentación de mercado

**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Tabla # 4: Perfil de Empleados**

<b>bVariables Demográficas</b>	Edad	25 – 65 años.
	Sexo	Masculino – Femenino
	Nivel de instrucción	Primaria – Secundaria – Superior.
<b>Variables Geográficas</b>	Unidad geográfica	Región
	Condiciones Geográficas	Indiferente.
	Raza	Latinos.
	Población	Urbana – Rural.
<b>Variables Psicográficas</b>	Grupos de referencia	Familia – Amigos – Compañeros de trabajo.
	Clase social	Media.
	Personalidad	Práctico – Competitivo – Seguro.
	Cultura	Valores – Entorno - Normas.
	Ciclo de vida familiar	Solteros – Casados
<b>Variables Posición del usuario o de uso</b>	Ocasión de uso	Usuario irregular.

**Fuente:** Segmentación de mercado

**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

### 3.4.3. Muestra

El muestreo es la parte de la estadística que se ocupa de la selección y agrupación de elementos representativos de cierta población, con el fin de tener inferencia, ahorrando tiempo y dinero al no tener que aplicar los cuestionarios a toda una población, obteniendo de esta forma datos más precisos y detallados (Benassini, 2001, pág. 140).

Para determinar la muestra de los docentes, empleados y trabajadores de la ESPOCH, se utilizará la fórmula de la población finita con un universo considerado en la tabla 1.

**Tabla # 1: Cantidad de Docentes, Empleados y Trabajadores**

VARIABLE	NOMBRAMIENTO	CONTRATO	TOTAL
DOCENTES	294	568	862
EMPLEADOS	271	45	316
TRABAJADORES	169	26	195
<b>TOTAL</b>	<b>734</b>	<b>639</b>	<b>1373</b>

Fuente: Departamento de Talento Humano Espoch

Elaborado por: Caiza Cristina & López Mary

Es así que se elaboró la encuesta piloto para cada uno de los segmentos establecidos:

### Formato # 1: Encuesta Piloto

 **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING 

**OBJETIVO:** Investigar el grado de satisfacción del gobierno institucional en la área de docentes, empleados y trabajadores de la ESPOCH en el período 2011 - 2016.

**Edad:**  
25-30 \_\_\_\_\_ 31-35 \_\_\_\_\_ 36-40 \_\_\_\_\_ 41-45 \_\_\_\_\_ 46-50 \_\_\_\_\_ 51-55 \_\_\_\_\_  
56-60 \_\_\_\_\_ 61-65 \_\_\_\_\_ Ninguna \_\_\_\_\_

**Instrucción:**  
Primaria \_\_\_\_\_ Secundaria \_\_\_\_\_ Superior \_\_\_\_\_

**Sexo:**  
Masculino \_\_\_\_\_ Femenino \_\_\_\_\_

**Servidor público:**  
Constante \_\_\_\_\_ Nomenclatura \_\_\_\_\_

1. ¿Le gusta el trabajo que desempeña?  
SI ☐ NO ☐

2. ¿Qué grado de satisfacción le brinda su trabajo?  
Excelente ☐  
Muy Buena ☐  
Buena ☐  
Regular ☐  
Mala ☐

3. ¿Cómo considera usted, la comunicación con la máxima autoridad de la institución?  
Excelente ☐  
Muy Buena ☐  
Buena ☐  
Regular ☐  
Mala ☐

4. ¿Considera usted que el gobierno institucional, le brinda un servicio fiable y acorde a sus necesidades?  
Siempre ☐  
Casi siempre ☐  
A veces ☐  
Pocas veces ☐

5. ¿Con qué frecuencia usted mantiene una interacción directa con el gobierno institucional de la Espoch?  
Una o más veces a la semana ☐  
Dos o tres veces al mes ☐  
Una vez al mes ☐  
Ninguna ☐

6. ¿Considera usted que la máxima autoridad de la Espoch, conoce y se desenvuelve de forma correcta en el cargo que desempeña?  
SI ☐  
No ☐

7. ¿Los problemas que se presentan en la institución son resueltos de forma oportuna e inmediata?  
SI ☐  
No ☐

8. ¿El Rectorado le brinda servicios de calidad, buena atención y rápidos?  
SI ☐  
No ☐

9. ¿Qué valoración le da usted a la actual administración del gobierno institucional? Considerando que el 1 es el más importante.  
Excelente 1 2 3 4 5 Pésimo

10. ¿Según su criterio cree usted que la Espoch ha mejorado significativamente con la actual administración?  
SI ☐  
No ☐

11. ¿Cuáles son los aspectos más relevantes del gobierno institucional?  
Imagen ☐  
Liderazgo ☐  
Innovación ☐  
Habilidad para resolver conflictos ☐  
Atención oportuna a requerimientos institucionales ☐  
Excelente trabajo comunicacional ☐

12. ¿Según su apreciación en qué porcentaje han sido alcanzados los objetivos planteados?  
Del 1% al 25% ☐  
Del 26% al 50% ☐  
Del 51% al 75% ☐  
Del 76% al 100% ☐

13. ¿Considera usted que los niveles de aseguramiento con los que cuenta actualmente el gobierno de la Epoch, minimizan los riesgos institucionales de manera?

Suficiente ☐  
 Medianamente suficiente ☐  
 Insuficiente ☐

14. ¿Considera usted que la comunicación interna es un factor importante dentro de la institución?

Si ☐  
 No ☐

15. ¿Considera necesario implementar un Call Center para sugerencias o inquietudes en el Rectorado?

Si ☐  
 No ☐

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

### 3.4.3.1. Fórmula del tamaño de la muestra

$$n = \frac{z^2 p * q N}{e^2 (N - 1) + z^2 p * q}$$

#### 3.4.3.1.1. Población Finita o Cuantificable

n = Tamaño de la muestra

N = Población o universo

z = Margen de confiabilidad 95% = 1,96

p = Probabilidad que el evento ocurra

q = Probabilidad que el evento no ocurra

e = Error muestral 5% = 0,05

#### 3.4.3.2. Cálculo del tamaño de la muestra de los docentes de nombramiento

Después de haber realizado la encuesta piloto a los docentes, p y q se obtuvo de la pregunta número siete.

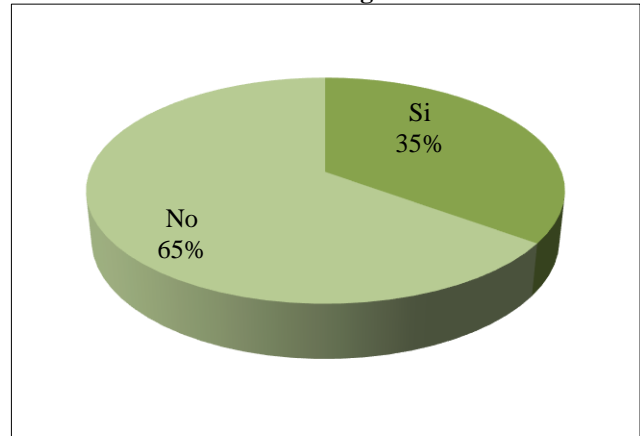
¿Los problemas que se presentan en la institución son resueltos de forma oportuna e inmediata?

**Tabla # 5: Pregunta 7**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	7	35,00%
No	13	65,00%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico #2: Pregunta 7**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

$$n = \frac{z^2 p * q N}{e^2 (N - 1) + z^2 p * q}$$

$$n = \frac{[(1,96)^2 (0,35 * 0,65)] 294}{(0,05)^2 (294 - 1) + (1,96)^2 (0,35 * 0,65)}$$

$$n = \frac{[(3,8416) * (0,2275)] 294}{(0,0025) * (293) + (3,8416) * (0,2275)}$$

$$n = \frac{0,8740 * 294}{0,7325 + 0,8740}$$

$$n = \frac{256,96}{1,61}$$

$$n = 160$$

### 3.4.2.3. Cálculo del tamaño de la muestra de los docentes de contrato

$$n = \frac{z^2 p * q N}{e^2 (N - 1) + z^2 p * q}$$

$$n = \frac{[(1,96)^2 (0,35 * 0,65)] 568}{(0,05)^2 (568 - 1) + (1,96)^2 (0,35 * 0,65)}$$

$$n = \frac{[(3,8416) * (0,2275)] 568}{(0,0025) * (567) + (3,8416) * (0,2275)}$$

$$n = \frac{0,8740 * 568}{1,4175 + 0,8740}$$

$$n = \frac{496,43}{2,29}$$

$$n = 217$$

### 3.4.2.4. Cálculo del tamaño de la muestra de los empleados de nombramiento

De los resultados obtenidos de la encuesta piloto realizada a los empleados de la Espoch, conforme a la pregunta número diez se determinó que p y q.

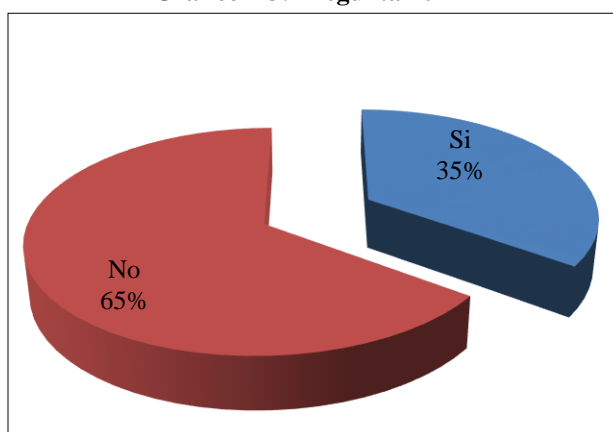
¿Según su criterio cree usted que la Espoch ha progresado significativamente con la actual administración?

**Tabla # 6: Pregunta 10**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	7	35,00%
No	13	65,00%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 3: Pregunta 10**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

$$n = \frac{z^2 p * q N}{e^2 (N - 1) + z^2 p * q}$$

$$n = \frac{[(1,96)^2 (0,35 * 0,65)] 271}{(0,05)^2 (271 - 1) + (1,96)^2 (0,35 * 0,65)}$$

$$n = \frac{[(3,8416) * (0,2275)] 271}{(0,0025) * (270) + (3,8416) * (0,2275)}$$

$$n = \frac{0,8740 * 271}{0,675 + 0,8740}$$

$$n = \frac{236,85}{1,55}$$

$$n = 153$$

#### 3.4.2.5. Cálculo del tamaño de la muestra de los empleados de contrato

$$n = \frac{z^2 p * q N}{e^2 (N - 1) + z^2 p * q}$$

$$n = \frac{[(1,96)^2 (0,35 * 0,65)] 45}{(0,05)^2 (45 - 1) + (1,96)^2 (0,35 * 0,65)}$$

$$n = \frac{[(3,8416) * (0,2275)] 45}{(0,0025) * (44) + (3,8416) * (0,2275)}$$

$$n = \frac{0,8740 * 45}{0,11 + 0,8740}$$

$$n = \frac{39,33}{0,98}$$

$$n = 40$$

### 3.4.2.6. Cálculo del tamaño de la muestra de los trabajadores de nombramiento

La pregunta de mayor relevancia para determinar p y q es la número ocho en el caso de los trabajadores.

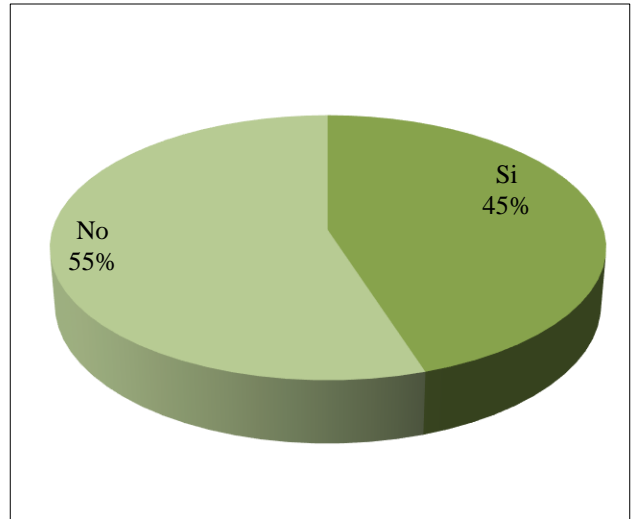
¿El departamento del Rectorado le brinda servicios de calidad, buena atención y rapidez?

**Tabla #7: Pregunta 8**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	9	45,00%
No	11	55,00%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico #4: Pregunta 8**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

$$n = \frac{z^2 p * q N}{e^2 (N - 1) + z^2 p * q}$$

$$n = \frac{[(1,96)^2 (0,45 * 0,55)] 169}{(0,05)^2 (169 - 1) + (1,96)^2 (0,45 * 0,55)}$$

$$n = \frac{[(3,8416) * (0,2475)] 169}{(0,0025) * (168) + (3,8416) * (0,2475)}$$

$$n = \frac{0,9508 * 169}{0,42 + 0,9508}$$

$$n = \frac{160,6852}{1,3708}$$

$$n = 117$$

### 3.4.2.7. Cálculo del tamaño de la muestra de los trabajadores de contrato

$$n = \frac{z^2 p * q N}{e^2 (N - 1) + z^2 p * q}$$

$$n = \frac{[(1,96)^2 (0,45 * 0,55)] 26}{(0,05)^2 (26 - 1) + (1,96)^2 (0,45 * 0,55)}$$

$$n = \frac{[(3,8416) * (0,2475)] 26}{(0,0025) * (25) + (3,8416) * (0,2475)}$$

$$n = \frac{0,9508 * 26}{0,0625 + 0,9508}$$

$$n = \frac{24,7208}{1,0133}$$


$$n = 24$$

### 3.4.2.8. Tipo de muestreo utilizado


**3.4.2.8.1. Muestreo de aleatoria simple.**-Es el método conceptualmente más sencillo, básicamente consiste en elegir al azar de una lista todos los individuos que formarían parte de la muestra, en este caso a todos sus actores (docentes, empleados, trabajadores) que conforman la Espoch, en cada una de sus facultades.



## Formato # 2: Encuesta Definitiva Docentes



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING



**OBJETIVO:** Investigar el grado de aceptación del gobierno institucional en las áreas de docentes, empleados y trabajadores de la ESPOCH en el periodo 2011 - 2016.

**Edad:**  
25-30 \_\_\_\_\_ 31-35 \_\_\_\_\_ 36-40 \_\_\_\_\_ 41-45 \_\_\_\_\_ 46-50 \_\_\_\_\_ 51-55 \_\_\_\_\_  
36-40 \_\_\_\_\_ 61-65 \_\_\_\_\_ Ninguna \_\_\_\_\_

**Instrucción:**  
Superior \_\_\_\_\_ Maestría \_\_\_\_\_ Doctorado \_\_\_\_\_

**Sexo:**  
Masculino \_\_\_\_\_ Femenino \_\_\_\_\_

**Servidor público:**  
Contrato \_\_\_\_\_ Nombramiento \_\_\_\_\_

1. ¿Le gusta el trabajo que desempeña?

SI ☐ NO ☐

2. ¿Qué grado de satisfacción le brinda su trabajo?

Excelente ☐  
Muy Bueno ☐  
Bueno ☐  
Regular ☐  
Malo ☐

3. ¿Cómo considera usted, la comunicación con la máxima autoridad de la institución?

Excelente ☐  
Muy Buena ☐  
Buena ☐  
Regular ☐  
Mala ☐

4. ¿Considera usted que el gobierno institucional, le brinda un servicio fiable y acorde a sus necesidades?

Siempre ☐  
Casi siempre ☐  
A veces ☐  
Pocas veces ☐

**I**

5. ¿Con qué frecuencia usted mantiene una interacción directa con el gobierno institucional de la EsPOCH?

Una o más veces a la semana ☐  
Dos o tres veces al mes ☐  
Una vez al mes ☐  
Ninguna ☐

6. ¿Considera usted que la máxima autoridad de la EsPOCH, conoce y se desenvuelve de forma correcta en el cargo que desempeña?

SI ☐  
No ☐

7. ¿Los problemas que se presentan en la institución son resueltos de forma oportuna e inmediata?

SI ☐  
No ☐

8. ¿El Rectorado le brinda servicios de calidad, buena atención y rapidez?

SI ☐  
No ☐

9. ¿Qué valoración le da usted a la actual administración del gobierno institucional? Considerando que el 1 es el más importante.

Excelente 1 2 3 4 5 Pésimo

10. ¿Según su criterio cree usted que la EsPOCH ha mejorado significativamente con la actual administración?

SI ☐  
No ☐

11. ¿Cuáles son los aspectos más relevantes del gobierno institucional?

Imagen ☐  
Liderazgo ☐  
Innovación ☐  
Habilidad para resolver conflictos ☐  
Atención oportuna a requerimientos institucionales ☐  
Excelente orden institucional ☐

12. ¿Según su apreciación en qué porcentaje han sido alcanzados los objetivos planteados?

Del 1% al 25% ☐  
Del 26% al 50% ☐  
Del 51% al 75% ☐  
Del 76% al 100% ☐

13. ¿Considera usted que los niveles de acercamiento con los que cuenta actualmente el gobierno de la EsPOCH, minimizan los riesgos institucionales de manera?

Suficiente ☐  
Mediamente suficiente ☐  
Insuficiente ☐

14. ¿Considera usted que la comunicación interna es un factor importante dentro de la institución?

SI ☐  
No ☐

15. ¿Considera necesario implementar un Call Center para sugerencias e inquietudes en el Rectorado?

SI ☐  
No ☐

16. ¿Está usted realizando algún proyecto de vinculación?

SI ☐  
No ☐

17. ¿Conoce usted las líneas de investigación con las cuales se maneja la institución?

SI ☐  
No ☐

Cuales:


Oración sustentable de los recursos naturales y culturales ☐  
Energías renovables y protección ambiental ☐  
Seguridad y soberanía alimentaria ☐  
Tecnologías de la información, comunicación y procesos industriales ☐  
Salud y nutrición ☐  
Administración y economía ☐  
Movilidad y transporte ☐

18. ¿Está usted realizando algún proyecto de investigación?


SI ☐  
No ☐

GRACIAS POR SU COLABORACION

## Formato # 3: Encuesta Definitiva Empleados



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING**



**OBJETIVO:** Investigar el grado de aceptación del gobierno institucional en las áreas de control, empleados y trabajadores de la ESPOCH en el periodo 2011 - 2016.

**Edad:**  
 21-30..... 31-35..... 36-40..... 41-45..... 46-50..... 51-55.....  
 56-60..... 61-65..... Ninguna.....

**Instrucción:**  
 Técnico Nivel..... Cuanto Nivel.....

**Sexo:**  
 Masculino..... Femenino.....

**Servidor público:**  
 Continuo..... No continuante.....

1. ¿Le gusta el trabajo que desempeña?

SI ☐ NO ☐

2. ¿Qué grado de satisfacción le brinda su trabajo?

Excelente ☐  
 Muy Bueno ☐  
 Bueno ☐  
 Regular ☐  
 Mala ☐

3. ¿Cómo considera usted, la comunicación con la máxima autoridad de la institución?

Excelente ☐  
 Muy Buena ☐  
 Buena ☐  
 Regular ☐  
 Mala ☐

4. ¿Considera usted que el gobierno institucional, le brinda un servicio fiable y acorde a sus necesidades?

Siempre ☐  
 Casi siempre ☐  
 A veces ☐  
 Pocas veces ☐

5. ¿Con qué frecuencia usted mantiene una interacción directa con el gobierno institucional de la EsPOCH?

Una o más veces a la semana ☐  
 Una o más veces al mes ☐  
 Una vez al mes ☐  
 Ninguna ☐

6. ¿Considera usted que la máxima autoridad de la EsPOCH, conoce y se desenvuelve de forma correcta en el cargo que desempeña?

Si ☐  
 No ☐

7. ¿Los problemas que se presentan en la institución son resueltos de forma oportuna e inmediata?

Si ☐  
 No ☐

8. ¿El Rectorado le brinda servicios de calidad, buena atención y rápidos?

Si ☐  
 No ☐

9. ¿Qué valoración le da usted a la actual administración del gobierno institucional? Considerando que el 1 es el más importante.

Excelente 1 2 3 4 5 Pésimo

10. ¿Según su criterio cree usted que la EsPOCH ha progresado significativamente con la actual administración?

Si ☐  
 No ☐

11. ¿Cuáles son los aspectos más relevantes del gobierno institucional?

Imagen ☐  
 Liderazgo ☐  
 Innovación ☐  
 Habilidad para resolver conflictos ☐  
 Atención oportuna a requerimientos institucionales ☐  
 Excelente orden comunicacional ☐

12. ¿Según su apreciación en qué porcentaje han sido alcanzados los objetivos planteados?

Del 1% al 25% ☐  
 Del 26% al 50% ☐  
 Del 51% al 75% ☐  
 Del 76% al 100% ☐

13. ¿Considera usted que los niveles de acercamiento con los que cuenta actualmente el gobierno de la EsPOCH, minimizan los riesgos institucionales de manera?

Suficiente ☐  
 Medianamente suficiente ☐  
 Insuficiente ☐

14. ¿Considera usted que la comunicación interna es un factor importante dentro de la institución?

Si ☐  
 No ☐

15. ¿Considera necesario implementar un Call Center para sugerencias e inquietudes en el Rectorado?

Si ☐  
 No ☐

16. ¿Le interesaría a usted estar en cursos de capacitación?


Si ☐  
 No ☐

**Cualos:**


Atención al cliente ☐  
 Motivación personal ☐  
 Liderazgo ☐  
 Manejo de nuevos programas informáticos ☐  
 Emprendimientos ☐

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

## Formato # 4: Encuesta Definitiva Trabajadores



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
ESCUELA DE INGENIERÍA EN MARKETING



**OBJETIVO:** Investigar el grado de apropiación del gobierno institucional en las áreas de docentes, empleados y trabajadores de la ESPOCH en el periodo 2011 - 2016.

**Edad:**  
25-30..... 31-35..... 36-40..... 41-45..... 46-50..... 51-55.....  
56-60..... 61-65..... Ninguna.....

**Instrucción:**  
Primaria..... Secundaria..... Superior.....

**Sexo:**  
Masculino..... Femenino.....

**Servidor público:**  
Contrato..... Nombramiento.....

- ¿Le gusta el trabajo que desempeña?  
SI ☐ NO ☐
- ¿Qué grado de satisfacción le brinda su trabajo?  
Excelente ☐  
Muy Bueno ☐  
Bueno ☐  
Regular ☐  
Malo ☐
- ¿Cómo considera usted, la comunicación con la máxima autoridad de la institución?  
Excelente ☐  
Muy Buena ☐  
Buena ☐  
Regular ☐  
Mala ☐
- ¿Considera usted que el gobierno institucional, le brinda un servicio fiable y acorde a sus necesidades?  
Siempre ☐  
Casi siempre ☐  
A veces ☐  
Pocas veces ☐
- ¿Con qué frecuencia usted mantiene una interacción directa con el gobierno institucional de la EsPOCH?  
Una o más veces a la semana ☐  
Dos o tres veces al mes ☐  
Una vez al mes ☐  
Ninguna ☐

- ¿Considera usted que la máxima autoridad de la EsPOCH, conoce y se desenvuelve de forma correcta en el cargo que desempeña?  
SI ☐  
No ☐
- ¿Los problemas que se presentan en la institución son resueltos de forma oportuna e inmediata?  
SI ☐  
No ☐
- ¿El Rectorado le brinda servicios de calidad, buena atención y rápidos?  
SI ☐  
No ☐
- ¿Qué valoración le da usted a la actual administración del gobierno institucional?  
Considerando que el 1 es el más importante.  
Excelente ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 Pésimo
- ¿Según su criterio cree usted que la EsPOCH ha progresado significativamente con la actual administración?  
SI ☐  
No ☐
- ¿Cuáles son los aspectos más relevantes del gobierno institucional?  
Imagen ☐  
Liderazgo ☐  
Instrucción ☐  
Habilidad para resolver conflictos ☐  
Atención oportuna a requerimientos institucionales ☐  
Excelente orador comunicacional ☐
- ¿Según su apreciación en qué porcentaje han sido alcanzados los objetivos planteados?  
Del 1% al 25% ☐  
Del 26% al 50% ☐  
Del 51% al 75% ☐  
Del 76% al 100% ☐
- ¿Considera usted que los niveles de acercamiento con los que cuenta actualmente el gobierno de la EsPOCH, minimizan los riesgos institucionales de manera?  
Suficiente ☐  
Mediamente suficiente ☐  
Insuficiente ☐

- ¿Considera usted que la comunicación interna es un factor importante dentro de la institución?  
SI ☐  
No ☐
- ¿Considera necesario implementar un Call Center para sugerencias e inquietudes en el Rectorado?  
SI ☐  
No ☐

GRACIAS POR SU COLABORACION

### 3.4.2.9. Tabulación e interpretación de los resultados

#### 3.4.2.9.1. Análisis de los resultados docentes

##### Edad

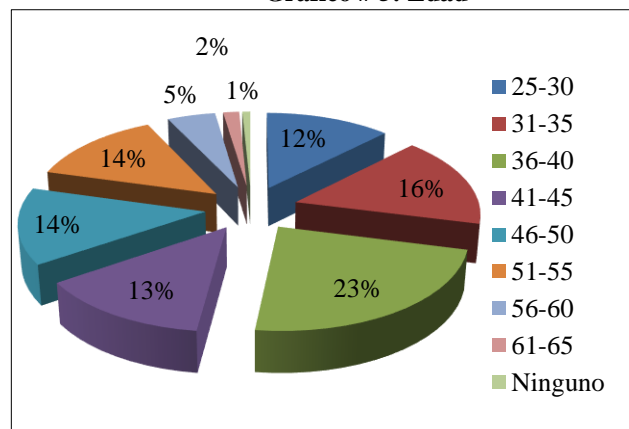
**Tabla # 8: Edad**

Variable	Respuesta	Porcentaje
25-30	47	12,47%
31-35	62	16,45%
36-40	87	23,08%
41-45	51	13,53%
46-50	52	13,79%
51-55	51	13,53%
56-60	18	4,77%
61-65	6	1,59%
Ninguno	3	0,80%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch

**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 5: Edad**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch

**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** Después de haber realizado las encuestas a los docentes de la Espoch se ha obtenidos los siguientes resultados, que el 23% corresponden a un rango de edad de 36-40 años, así también el 16% de 31-35 años y un 14% entre los 46-50 años.

##### Instrucción

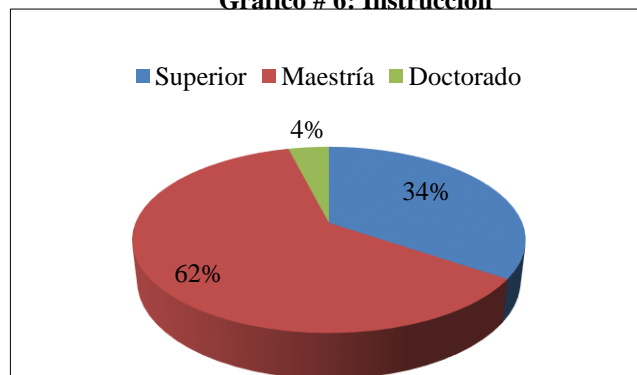
**Tabla # 9: Instrucción**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Superior	130	34,48%
Maestría	232	61,54%
Doctorado	15	3,98%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch

**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 6: Instrucción**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch

**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 62% de docentes de la Espoch poseen títulos de maestría, el 34% título de tercer nivel y el 4% tienen doctorado.

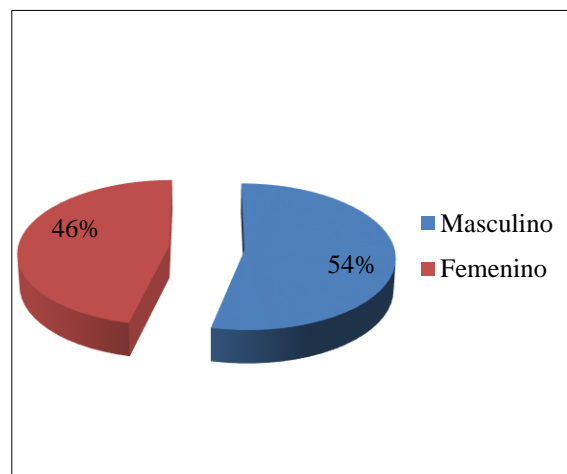
## Sexo

**Tabla # 10: Sexo**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Masculino	202	53,58%
Femenino	175	46,42%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 7: Sexo**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** La planta docente con los que cuenta la Espoch, el 54% pertenecen al sexo Masculino y en un 46% es femenino.

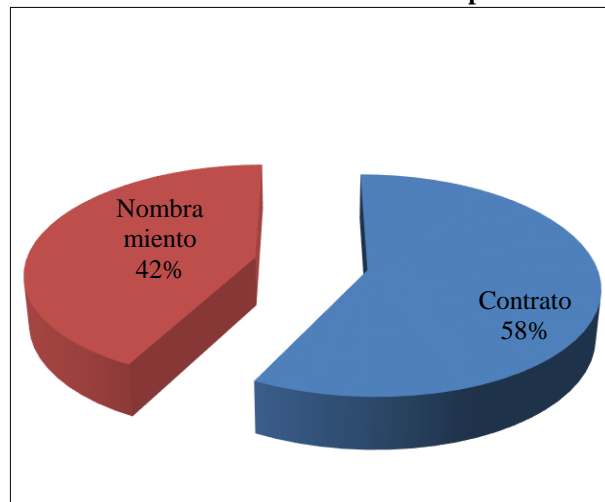
## Servidor público

**Tabla # 11: Servidor público**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Contrato	217	57,56%
Nombramiento	160	42,44%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 8: Servidor público**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 58% de docentes encuestados son servidores públicos de contrato, mientras que el 42% son de nombramiento.

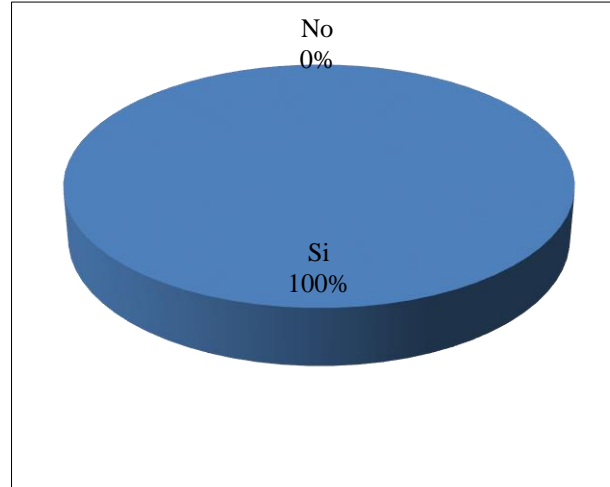
¿Le gusta el trabajo que desempeña?

**Tabla # 12: Pregunta 1**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	377	100,00%
No	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 9: Pregunta 1**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** En cuanto al trabajo que desempeñan los docentes todos se sienten a gusto con las funciones y actividades que cada uno de ellos realizan.

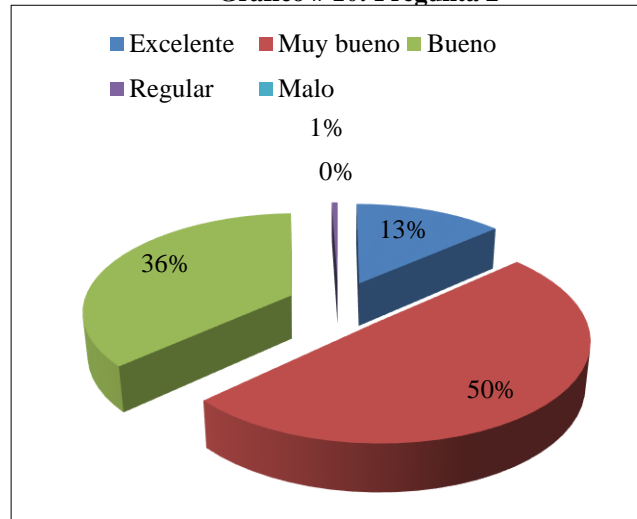
¿Qué grado de satisfacción le brinda su trabajo?

**Tabla # 13: Pregunta 2**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Excelente	51	13,53%
Muy bueno	187	49,60%
Bueno	137	36,34%
Regular	2	0,53%
Malo	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 10: Pregunta 2**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El grado de satisfacción que le brinda el trabajo a cada uno de los docentes es muy bueno en un 50%, bueno en el 36% y el 13% considera que es excelente.

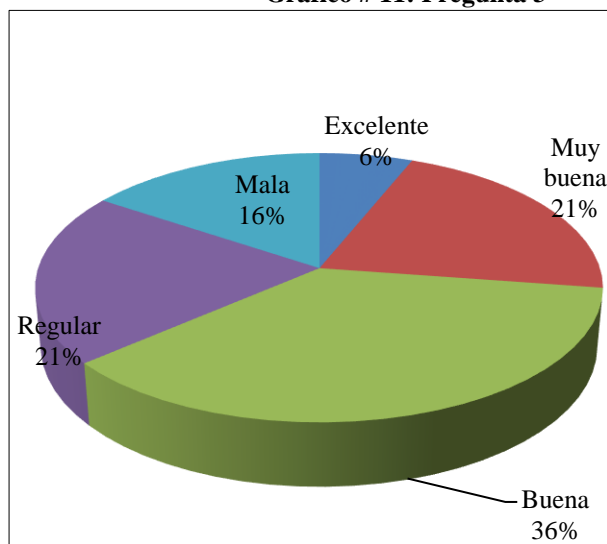
¿Cómo considera usted, la comunicación con la máxima autoridad de la institución?

Tabla # 14: Pregunta 3

Variable	Respuesta	Porcentaje
Excelente	23	6,10%
Muy buena	80	21,22%
Buena	137	36,34%
Regular	78	20,69%
Mala	59	15,65%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
Elaborado por: Caiza Cristina & López Mary

Gráfico # 11: Pregunta 3



Fuente: Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
Elaborado por: Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** La comunicación con la máxima autoridad de la institución, es buena en un 36%, el 21% considera que es regular y el 16% considera que es mala.

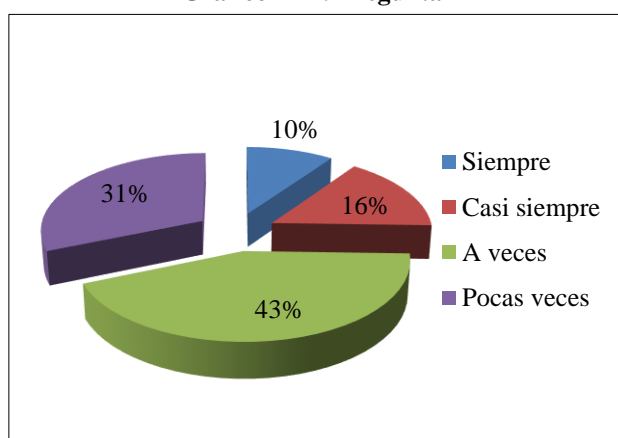
¿Considera usted que el gobierno institucional, le brinda un servicio fiable y acorde a sus necesidades?

Tabla # 15: Pregunta 4

Variable	Respuesta	Porcentaje
Siempre	37	9,81%
Casi siempre	59	15,65%
A veces	163	43,24%
Pocas veces	118	31,30%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100,00%</b>

Fuente: Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
Elaborado por: Caiza Cristina & López Mary

Gráfico # 12: Pregunta 4



Fuente: Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
Elaborado por: Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El gobierno institucional de la Espoch a veces brinda un servicio fiable y acorde a las necesidades de cada uno de los docentes en un 43%, pocas veces el 31% y el 16% casi siempre.

**¿Con que frecuencia usted mantiene una interacción directa con el gobierno institucional de la Espoch?**

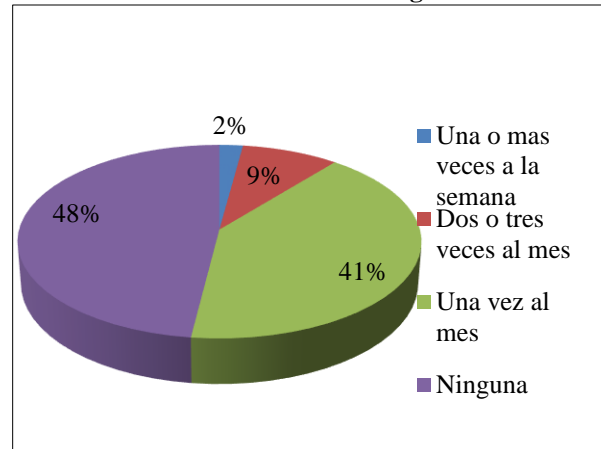
**Tabla # 16: Pregunta 5**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Una o más veces a la semana	8	2,12%
Dos o tres veces al mes	33	8,75%
Una vez al mes	155	41,11%
Ninguna	181	48,01%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch

**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 13: Pregunta 5**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch

**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** La mayoría de los docentes encuestados no tienen ninguna interacción directa con el gobierno institucional de la Espoch, el 41 % interactúan una vez al mes y el 9% dos o tres veces al mes.

**¿Considera usted que la máxima autoridad de la Espoch, conoce y se desenvuelve de forma correcta en el cargo que desempeña?**

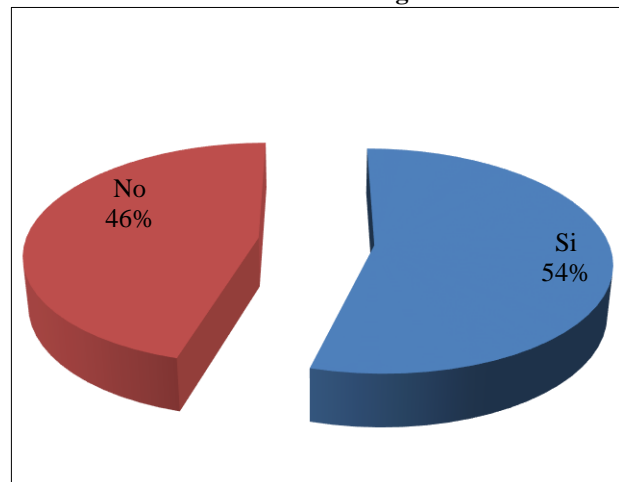
**Tabla # 17: Pregunta 6**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	205	54,38%
No	172	45,62%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch

**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 14: Pregunta 6**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch

**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 54% de docentes de la Espoch consideran que la máxima autoridad, si se desenvuelve de forma correcta en el cargo que desempeña, mientras que el 46% opina lo contrario.



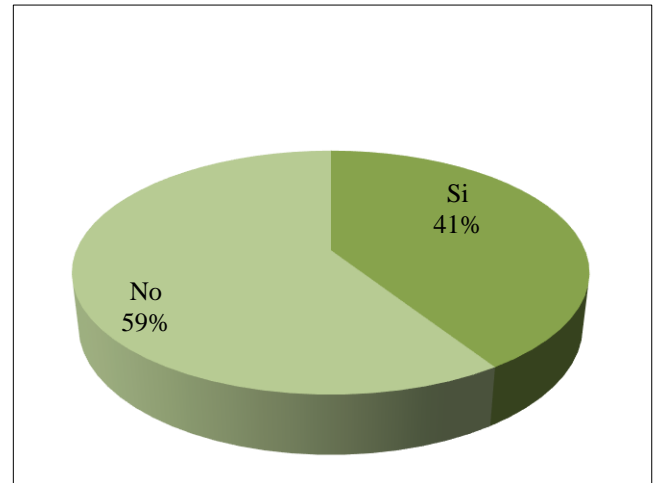
¿Los problemas que se presentan en la institución son resueltos de forma oportuna e inmediata?

**Tabla # 18: Pregunta 7**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	154	40,85%
No	223	59,15%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 15: Pregunta 7**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** Los problemas que se presentan en la institución en un 59% no son resueltos de forma oportuna e inmediata, en cambio el 41% de los docentes opinan lo contrario.

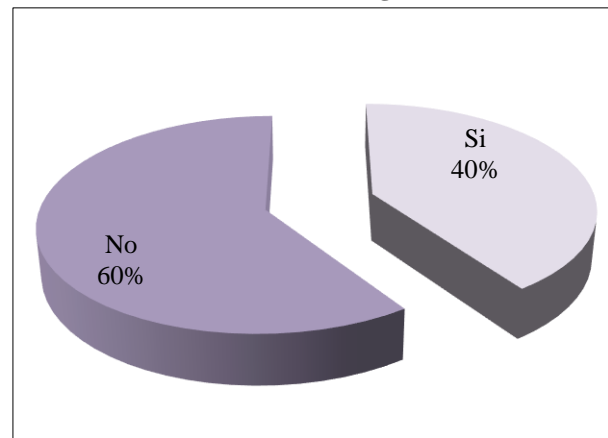
¿El Rectorado le brinda servicios de calidad, buena atención y rapidez?

**Tabla # 19: Pregunta 8**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	152	40,32%
No	225	59,68%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 16: Pregunta 8**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 60% de los docentes encuestados mencionan que el rectorado no brinda servicios de calidad, buena atención y rapidez; por lo tanto el 40% considera que si cumple con todas las expectativas requeridas.

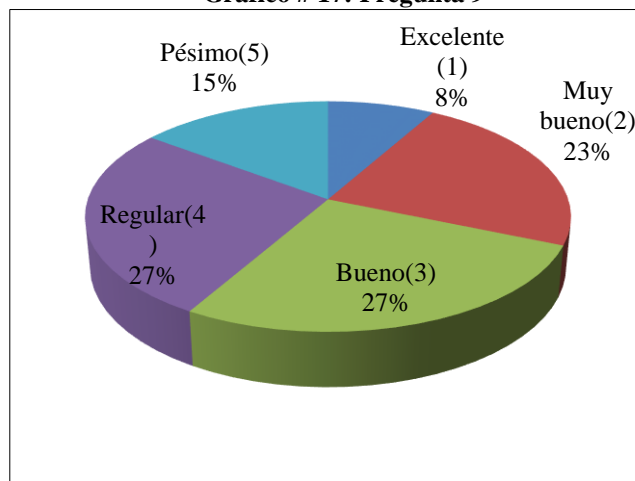
**¿Qué valoración le da usted a la actual administración del gobierno institucional? Considerando que el 1 es el más importante.**

**Tabla # 20: Pregunta 9**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Excelente(1)	31	8,22%
Muy bueno(2)	87	23,08%
Bueno(3)	102	27,06%
Regular(4)	101	26,79%
Pésimo(5)	56	14,85%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 17: Pregunta 9**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 27% indica que la actual administración del gobierno institucional es buena, el 23% considera que es muy bueno y el 15% opina que es pésimo.

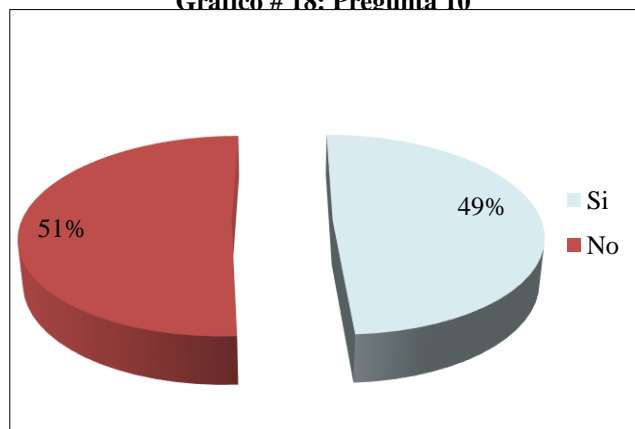
**¿Según su criterio cree usted que la Espoch ha progresado significativamente con la actual administración?**

**Tabla # 21: Pregunta 10**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	185	49,07%
No	192	50,93%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 18: Pregunta 10**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 51% cree que la Espoch no ha progresado significativamente con la actual administración, mientras que el 49% si ve reflejado el progreso de la institución.

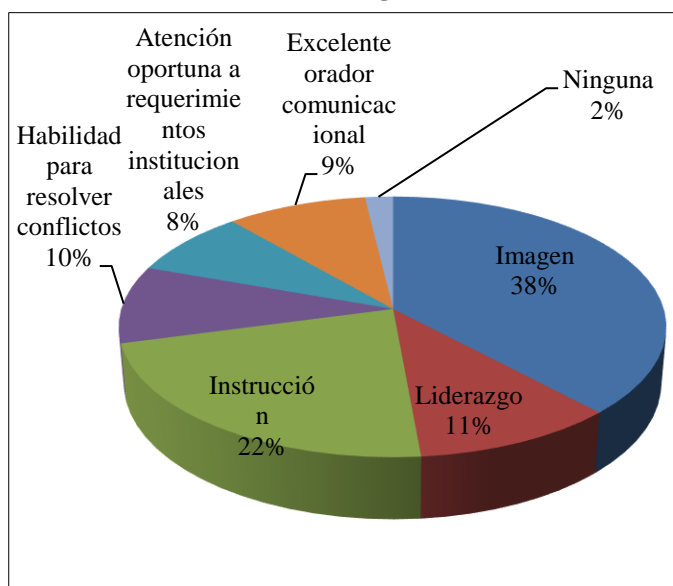
**¿Cuáles son los aspectos más relevantes del gobierno institucional?**

**Tabla # 22: Pregunta 11**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Imagen	241	38,01%
Liderazgo	67	10,57%
Instrucción	141	22,24%
Habilidad para resolver conflictos	61	9,62%
Atención oportuna a requerimientos institucionales	52	8,20%
Excelente orador comunicacional	60	9,46%
Ninguna	12	1,89%
<b>TOTAL</b>	<b>634</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 19: Pregunta 11**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** Los aspectos más relevantes del gobierno institucional en un 38% es la imagen, el 22% la instrucción, el 11% el liderazgo y el 10% la habilidad para resolver conflictos.

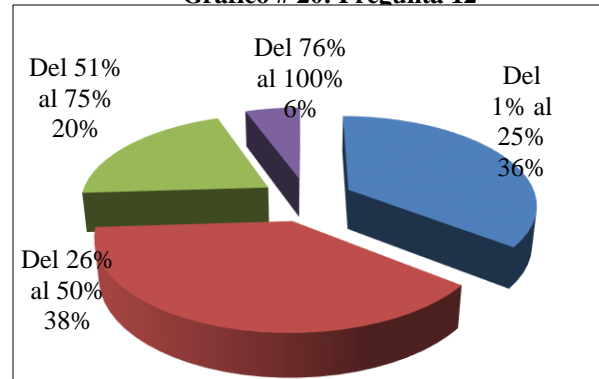
**¿Según su apreciación en qué porcentaje han sido alcanzados los objetivos planteados?**

**Tabla # 23: Pregunta 12**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Del 1% al 25%	134	35,54%
Del 26% al 50%	145	38,46%
Del 51% al 75%	77	20,42%
Del 76% al 100%	21	5,57%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 20: Pregunta 12**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 38% de los docentes encuestados opinan que los objetivos planteados han sido alcanzados en un 50%, mientras que el 36% manifiestan que han sido alcanzados en un 25%.

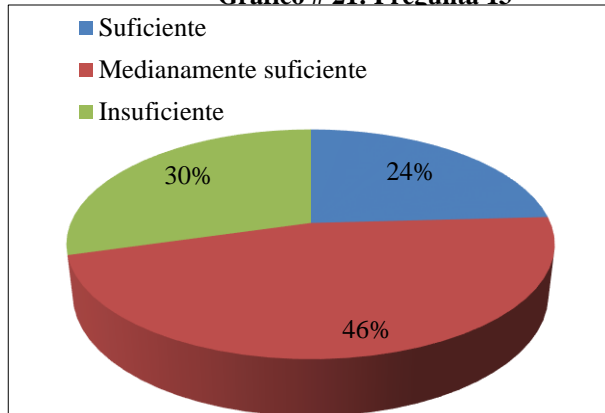
**¿Considera usted que los niveles de asesoramiento con los que cuenta actualmente el gobierno de la Espoch, minimizan los riesgos institucionales de manera?**

**Tabla # 24: Pregunta 13**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Suficiente	91	24,14%
Medianamente suficiente	175	46,42%
Insuficiente	111	29,44%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 21: Pregunta 13**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** Los niveles de asesoramiento con los que cuenta actualmente el gobierno de la Espoch en un 46% son medianamente suficientes, el 30% insuficientes y el 24% suficientes para minimizar los riesgos institucionales que se presentan.

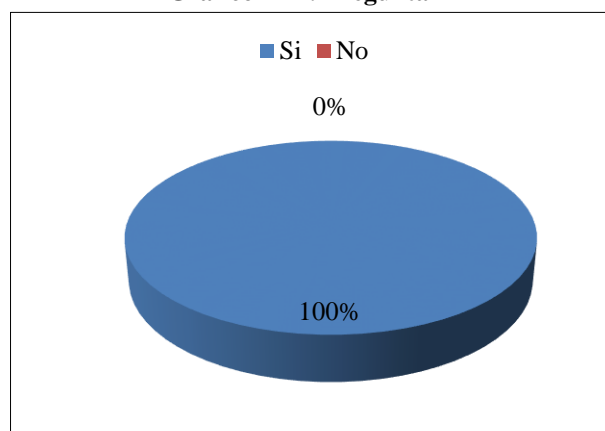
**¿Considera usted que la comunicación interna es un factor importante dentro de la institución?**

**Tabla # 25: Pregunta 14**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	377	100,00%
No	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 22: Pregunta 14**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 100% de encuestados consideran que la comunicación interna es un factor importante dentro de la institución.

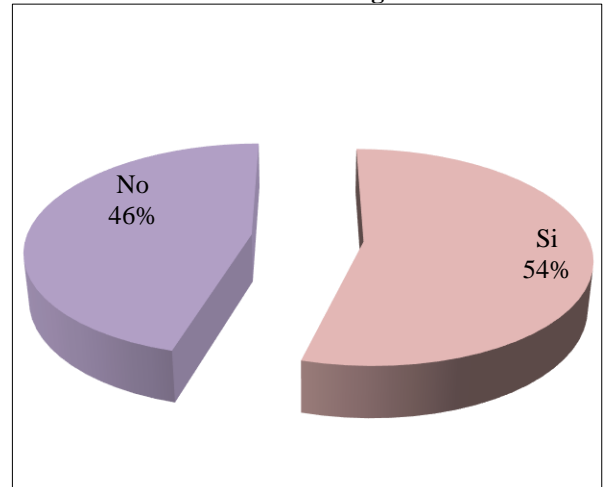
**¿Considera necesario implementar un Call Center para sugerencias o inquietudes en el Rectorado?**

**Tabla # 26: Pregunta 15**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	205	54,38%
No	172	45,62%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 23: Pregunta 15**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 54% mencionan que si es necesario implementar un call center en el rectorado y el 46% opina lo contrario.

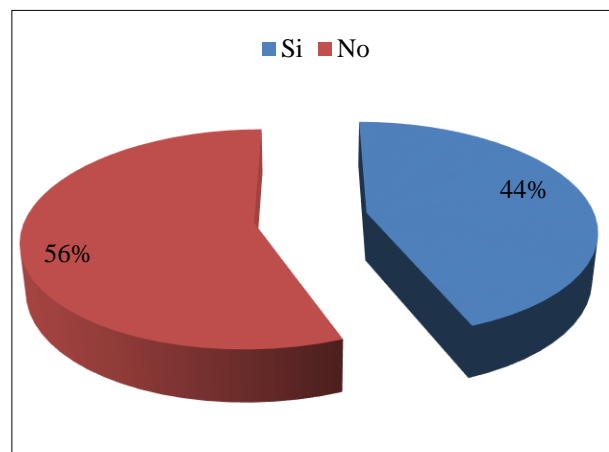
**¿Está usted realizando algún proyecto de vinculación?**

**Tabla # 27: Pregunta 16**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	166	44,03%
No	211	55,97%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 24: Pregunta 16**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 56% de docentes de la Espoch no están realizando ningún proyecto de vinculación y el 44% considera que si es necesario realizarlo.

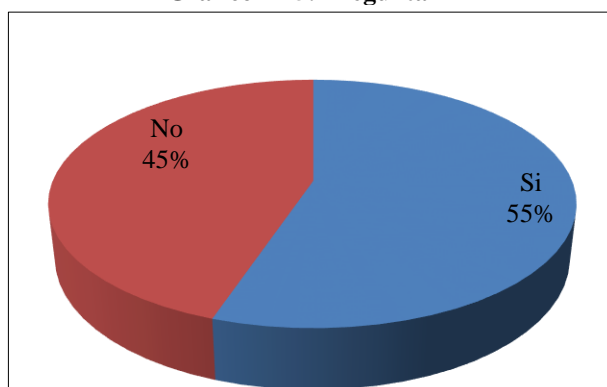
¿Conoce usted las líneas de investigación con las cuales se maneja la institución?

**Tabla # 28: Pregunta 17**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	208	55,17%
No	169	44,83%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 25: Pregunta 17**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** La mayoría de los docentes encuestados si conocen las líneas de investigación con las cuales se maneja la institución en un 55% y el 45% desconocen de las mismas.

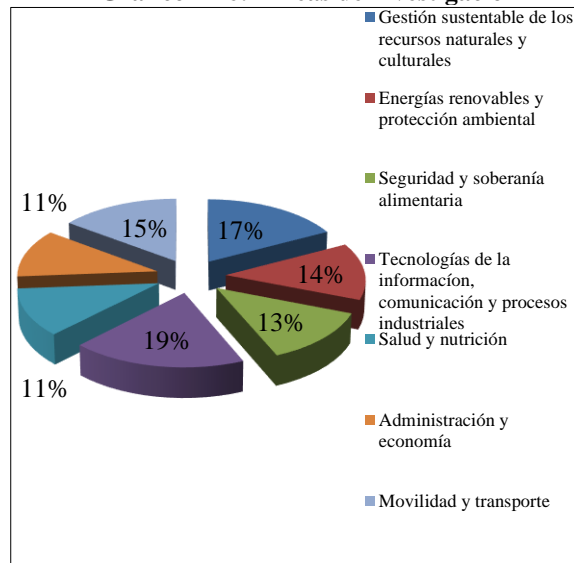
**Cuáles:**

**Tabla # 29: Líneas de investigación**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Gestión sustentable de los recursos naturales y culturales	82	17,34%
Energías renovables y protección ambiental	64	13,53%
Seguridad y soberanía alimentaria	60	12,68%
Tecnologías de la información, comunicación y procesos industriales	89	18,82%
Salud y nutrición	54	11,42%
Administración y economía	54	11,42%
Movilidad y transporte	70	14,80%
<b>TOTAL</b>	<b>473</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 26: Líneas de investigación**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** Las líneas de investigación que más conocen los docentes de la Espoch son tecnologías de la información, comunicación y procesos industriales con un 19%, gestión sustentable de los recursos naturales y culturales en un 17% y en un 11% administración y economía.

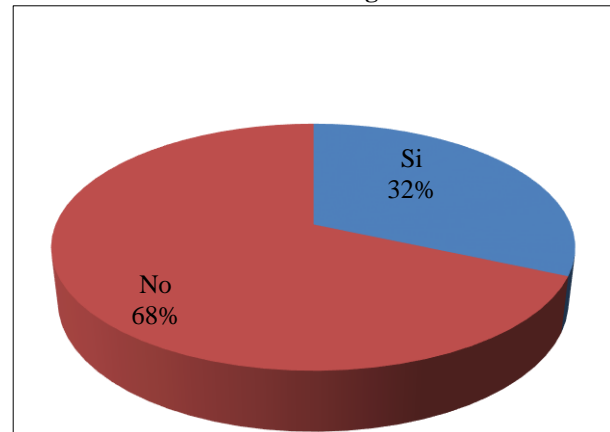
¿Está usted realizando algún proyecto de investigación?

**Tabla # 30: Pregunta 18**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	119	31,56%
No	258	68,44%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 27: Pregunta 18**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 68% de docentes de la Espoch no se encuentran realizando ningún proyecto de investigación, mientras que el 32% si lo están haciendo.

### 3.4.2.9.2. Análisis de los resultados empleados

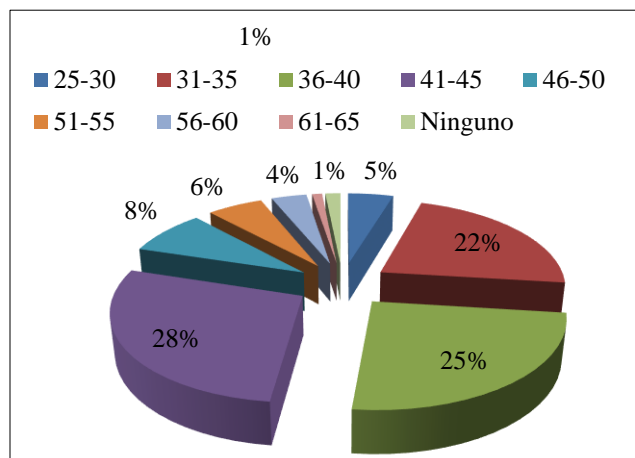
**Edad**

**Tabla # 31: Edad**

Variable	Respuesta	Porcentaje
25-30	9	4,66%
31-35	43	22,28%
36-40	48	24,87%
41-45	54	27,98%
46-50	16	8,29%
51-55	11	5,70%
56-60	7	3,63%
61-65	2	1,04%
Ninguno	3	1,55%
<b>TOTAL</b>	<b>193</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 28: Edad**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 28% de empleados de la Espoch se encuentran en un rango de 41-45 años de edad; mientras que el 25% se encuentra en una edad promedio de 36- 40 años; así como también el 22% permanece en una edad de 31- 35 años.

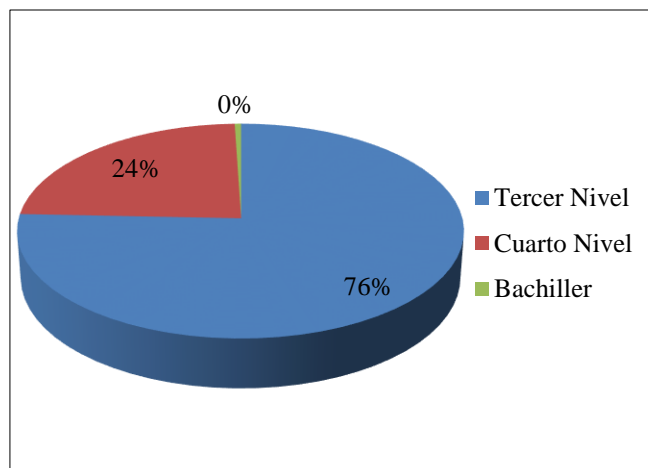
## Instrucción

**Tabla # 32: Instrucción**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Tercer Nivel	146	75,65%
Cuarto Nivel	46	23,83%
Bachiller	1	0,52%
<b>TOTAL</b>	<b>193</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 29: Instrucción**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 76% de los encuestados poseen títulos de tercer nivel; mientras tanto el 24% ostentan títulos de cuarto nivel.

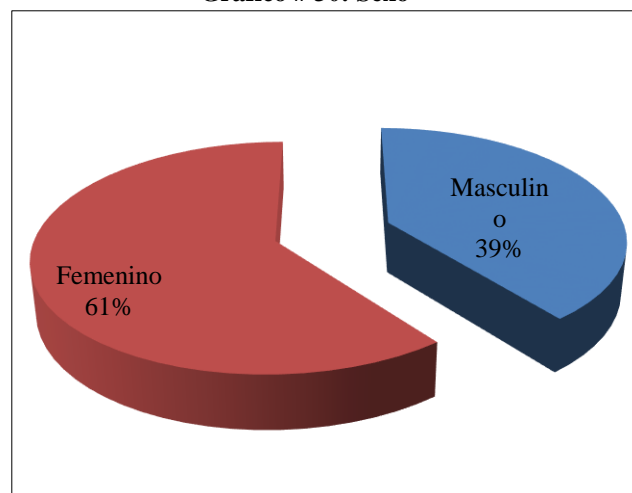
## Sexo

**Tabla # 33: Sexo**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Masculino	76	39,38%
Femenino	117	60,62%
<b>TOTAL</b>	<b>193</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 30: Sexo**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** Las encuestas realizadas a los empleados de la Espoch el 61% son mujeres, mientras que el 39% son hombres.



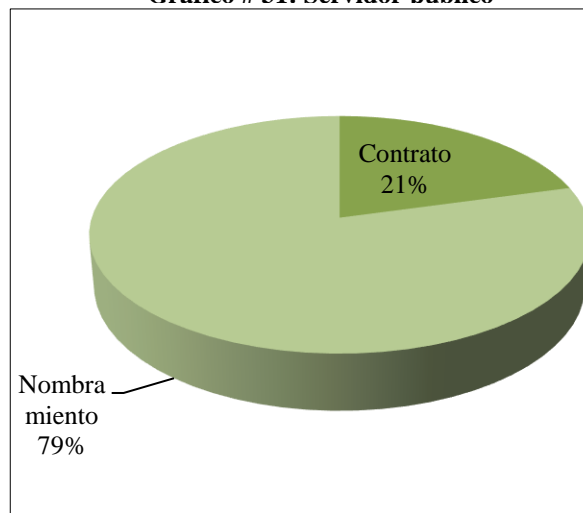
## Servidor Público

**Tabla # 34: Servidor público**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Contrato	40	20,73%
Nombramiento	153	79,27%
<b>TOTAL</b>	<b>193</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 31: Servidor público**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** Del 100% de empleados encuestados el 79% son de nombramiento; mientras tanto el 21% de contrato.

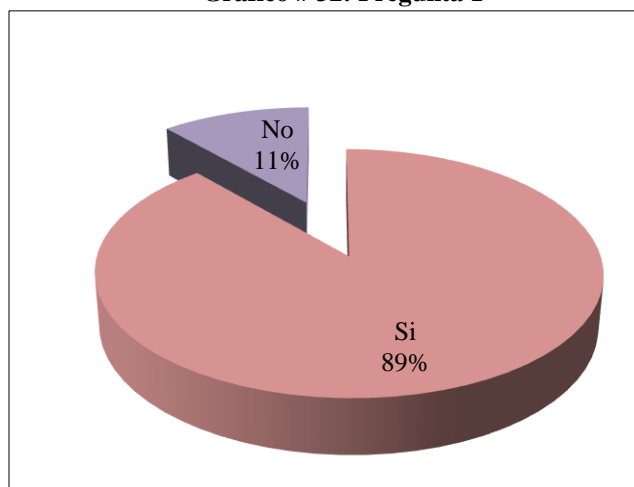
## ¿Le gusta el trabajo que desempeña?

**Tabla # 35: Pregunta 1**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	171	88,60%
No	22	11,40%
<b>TOTAL</b>	<b>193</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 32: Pregunta 1**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 89% de empleados se sienten a gusto en su trabajo, en cambio el 11% opina lo contrario

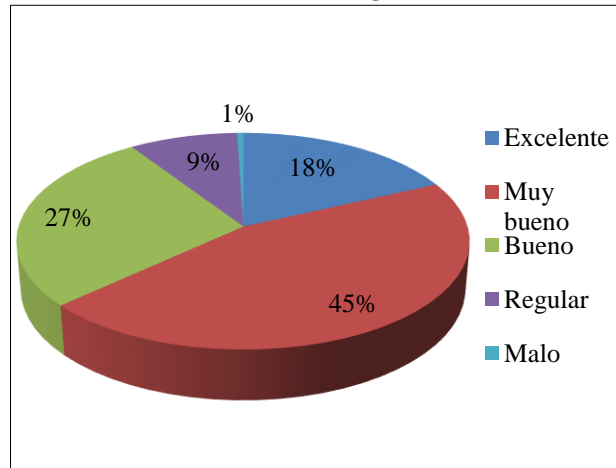
**¿Qué grado de satisfacción le brinda su trabajo?**

**Tabla # 36: Pregunta 2**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Excelente	35	18,13%
Muy bueno	87	45,08%
Bueno	53	27,46%
Regular	17	8,81%
Malo	1	0,52%
<b>TOTAL</b>	<b>193</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 33: Pregunta 2**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El grado de satisfacción que les brinda el trabajo a los diferentes empleados de la Espoch es muy bueno en un 45%, el 27% considera que es bueno y el 18% opina que es excelente.

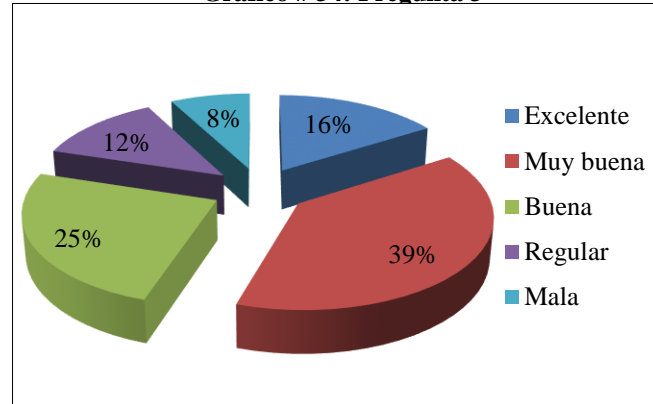
**¿Cómo considera usted, la comunicación con la máxima autoridad de la institución?**

**Tabla # 37: Pregunta 3**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Excelente	31	16,06%
Muy buena	75	38,86%
Buena	48	24,87%
Regular	24	12,44%
Mala	15	7,77%
<b>TOTAL</b>	<b>193</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 34: Pregunta 3**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 39% considera que la comunicación con la máxima autoridad de la Espoch es muy buena, el 25% considera buena, y el 8% opina que es mala.

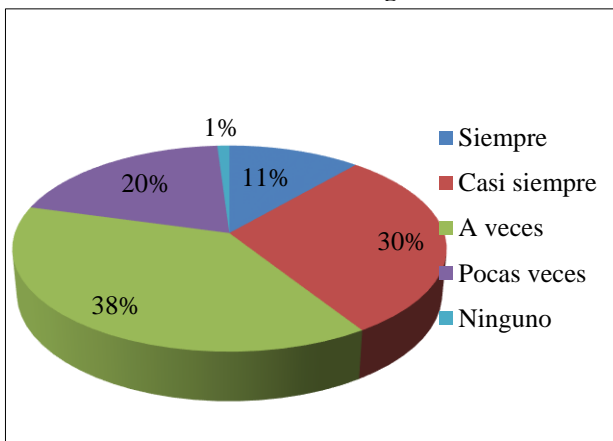
¿Considera usted que el gobierno institucional, le brinda un servicio fiable y acorde a sus necesidades?

**Tabla # 38: Pregunta 4**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Siempre	22	11,40%
Casi siempre	57	29,53%
A veces	74	38,34%
Pocas veces	38	19,69%
Ninguno	2	1,04%
<b>TOTAL</b>	<b>193</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 35: Pregunta 4**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El gobierno institucional de la Espoch, a veces brinda un servicio fiable y acorde a las necesidades de los empleados en un 38%, mientras que el 30% opina casi siempre y un 20% pocas veces.

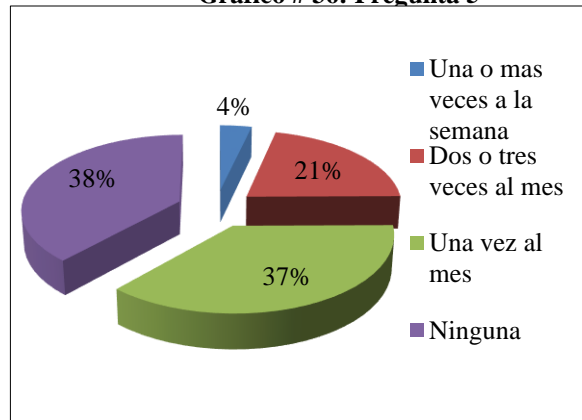
¿Con que frecuencia usted mantiene una interacción directa con el gobierno institucional de la Espoch?

**Tabla # 39: Pregunta 5**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Una o más veces a la semana	7	3,63%
Dos o tres veces al mes	41	21,24%
Una vez al mes	71	36,79%
Ninguna	74	38,34%
<b>TOTAL</b>	<b>193</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 36: Pregunta 5**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 38% de los empleados encuestados no mantienen ninguna interacción directa con el gobierno institucional de la Espoch, mientras que el 37% una vez al mes.

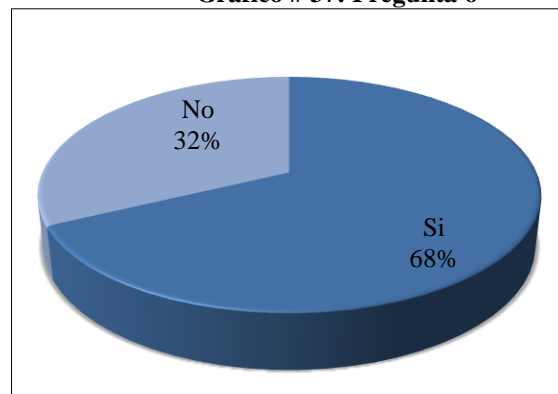
**¿Considera usted que la máxima autoridad de la Espoch, conoce y se desenvuelve de forma correcta en el cargo que desempeña?**

**Tabla # 40: Pregunta 6**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	131	67,88%
No	62	32,12%
<b>TOTAL</b>	<b>193</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 37: Pregunta 6**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 68% considera que la máxima autoridad si se desenvuelve de forma correcta en el cargo que desempeña; en cambio el 32% opina lo contrario.

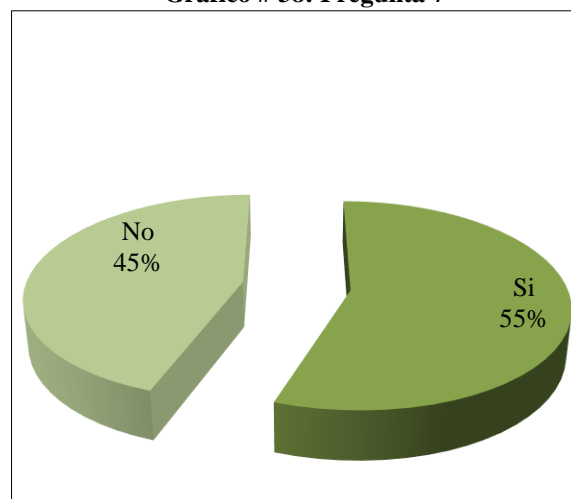
**¿Los problemas que se presentan en la institución son resueltos de forma oportuna e inmediata?**

**Tabla # 41: Pregunta 7**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	107	55,44%
No	86	44,56%
<b>TOTAL</b>	<b>193</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 38: Pregunta 7**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** Los problemas que se presentan en la institución en un 55% opinan que si son resueltos de forma oportuna e inmediata, a diferencia del 45% que están en total desacuerdo.

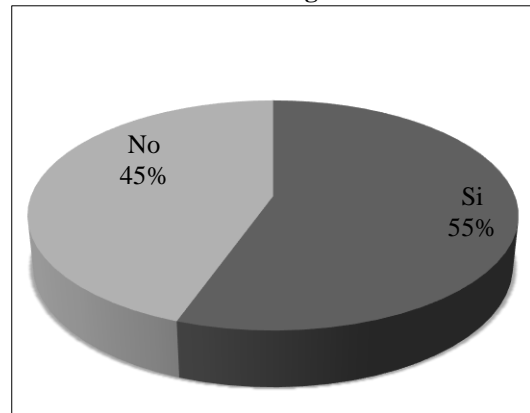
**¿El Rectorado le brinda servicios de calidad, buena atención y rapidez?**

**Tabla # 42: Pregunta 8**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	107	55,44%
No	86	44,56%
<b>TOTAL</b>	<b>193</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 39: Pregunta 8**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 55% manifiesta que el Rectorado brinda servicios de calidad, buena atención y rapidez, y el 45% considera lo contrario.

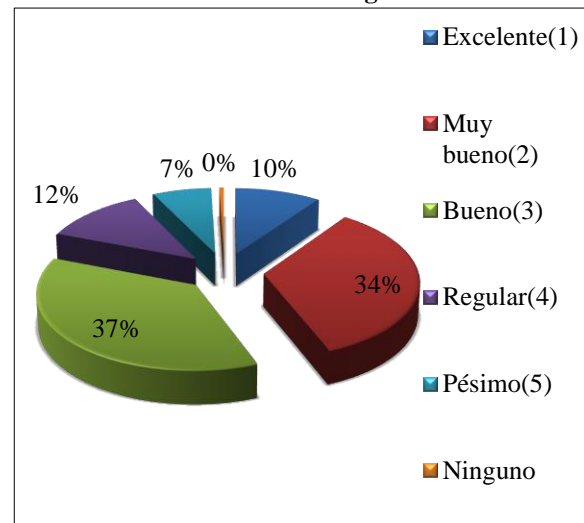
**¿Qué valoración le da usted a la actual administración del gobierno institucional? Considerando que el 1 es el más importante.**

**Tabla # 43: Pregunta 9**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Excelente(1)	19	9,84%
Muy bueno(2)	66	34,20%
Bueno(3)	71	36,79%
Regular(4)	23	11,92%
Pésimo(5)	13	6,74%
Ninguno	1	0,52%
<b>TOTAL</b>	<b>193</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 40: Pregunta 9**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 37% considera que la administración del gobierno institucional es buena, el 34% muy bueno y el 12% regular.

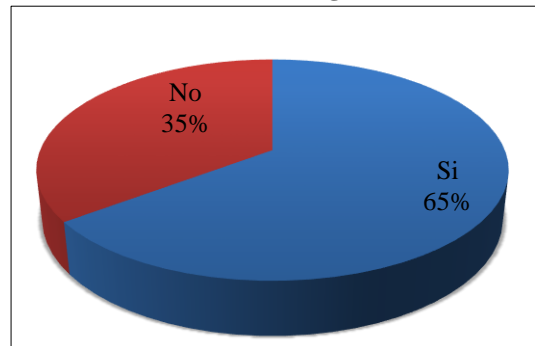
**¿Según su criterio cree usted que la Espoch ha progresado significativamente con la actual administración?**

**Tabla # 44: Pregunta 10**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	125	64,77%
No	68	35,23%
<b>TOTAL</b>	<b>193</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 41: Pregunta 10**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 65% cree que la Espoch si ha progresado con la actual administración, en cambio el 35% es contradictorio.

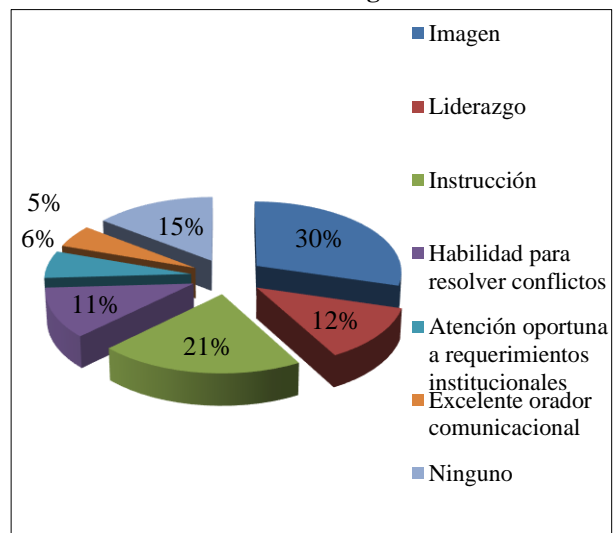
**¿Cuáles son los aspectos más relevantes del gobierno institucional?**

**Tabla # 45: Pregunta 11**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Imagen	57	29,53%
Liderazgo	24	12,44%
Instrucción	40	20,73%
Habilidad para resolver conflictos	22	11,40%
Atención oportuna a requerimientos institucionales	12	6,22%
Excelente orador comunicacional	10	5,18%
Ninguno	28	14,51%
<b>TOTAL</b>	<b>193</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 42: Pregunta 11**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 30% mencionó que la imagen es el aspecto más relevante del gobierno institucional, seguido así el 21% la instrucción y el 15% considera que ninguno.

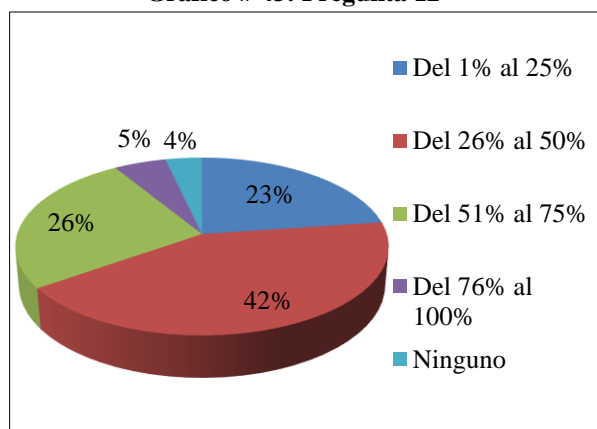
**¿Según su apreciación en qué porcentaje han sido alcanzados los objetivos planteados?**

**Tabla # 46: Pregunta 12**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Del 1% al 25%	44	22,80%
Del 26% al 50%	82	42,49%
Del 51% al 75%	50	25,91%
Del 76% al 100%	10	5,18%
Ninguno	7	3,63%
<b>TOTAL</b>	<b>193</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 43: Pregunta 12**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 42% de los empleados encuestados opinan que los objetivos planteados han sido alcanzados en un 50%, mientras que el 26% manifiestan que han sido alcanzados en un 75%.

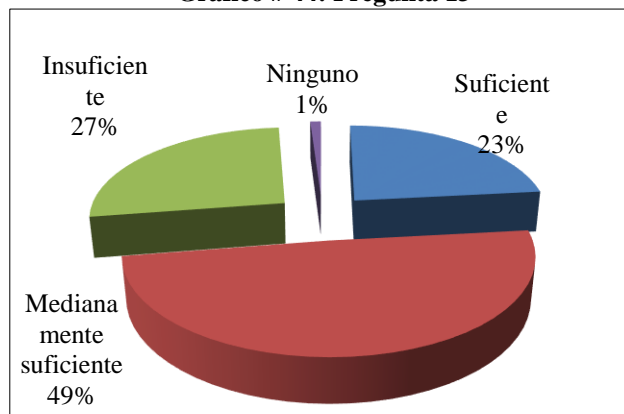
**¿Considera usted que los niveles de asesoramiento con los que cuenta actualmente el gobierno de la Espoch, minimizan los riesgos institucionales de manera?**

**Tabla # 47: Pregunta 13**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Suficiente	45	23,32%
Medianamente suficiente	95	49,22%
Insuficiente	51	26,42%
Ninguno	2	1,04%
<b>TOTAL</b>	<b>193</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 44: Pregunta 13**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** Los niveles de asesoramiento con los que cuenta actualmente el gobierno de la Espoch, minimizan los riesgos institucionales de manera medianamente suficiente en un 49%, mientras que insuficiente en un 27%.

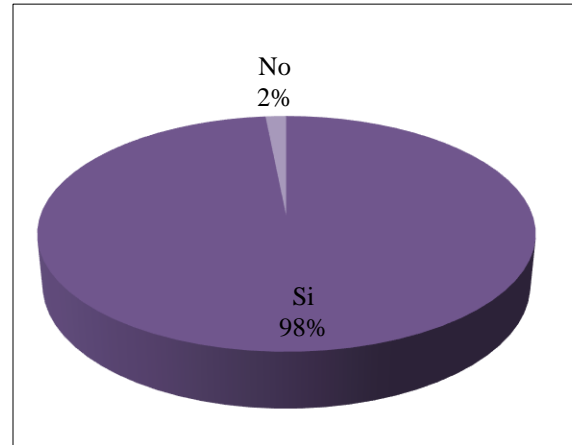
**¿Considera usted que la comunicación interna es un factor importante dentro de la institución?**

**Tabla # 48: Pregunta 14**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	190	98,45%
No	3	1,55%
<b>TOTAL</b>	<b>193</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 45: Pregunta 14**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 98% considera que la comunicación es un factor importante dentro de la institución.

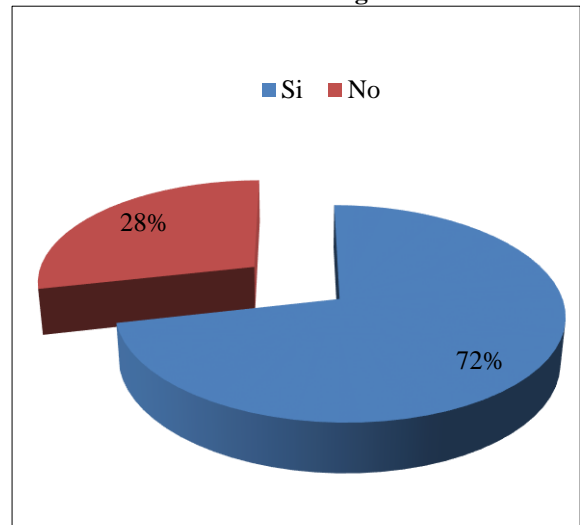
**¿Considera necesario implementar un Call Center para sugerencias o inquietudes en el Rectorado?**

**Tabla # 49: Pregunta 15**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	138	71,50%
No	55	28,50%
<b>TOTAL</b>	<b>193</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 46: Pregunta 15**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 72% de los empleados encuestados sugieren que si es necesario implementar un call center en el rectorado, en cambio el 28% está en total desacuerdo.



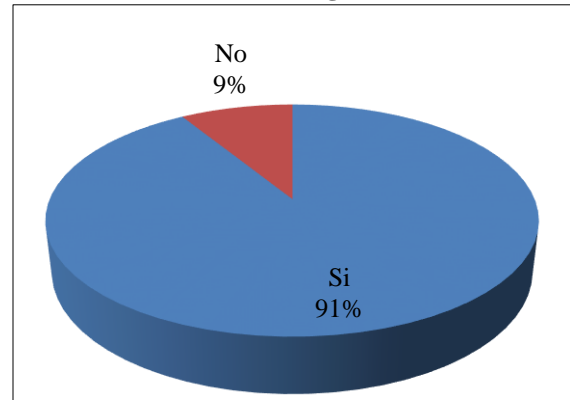
**¿Le interesaría a usted estar en cursos de capacitación?**

**Tabla # 50: Pregunta 16**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	176	91,19%
No	17	8,81%
<b>TOTAL</b>	<b>193</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 47: Pregunta 16**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** Del 100% de encuestas realizadas el 91% desean participar en cursos de capacitación, en cambio el 9% es indiferente.

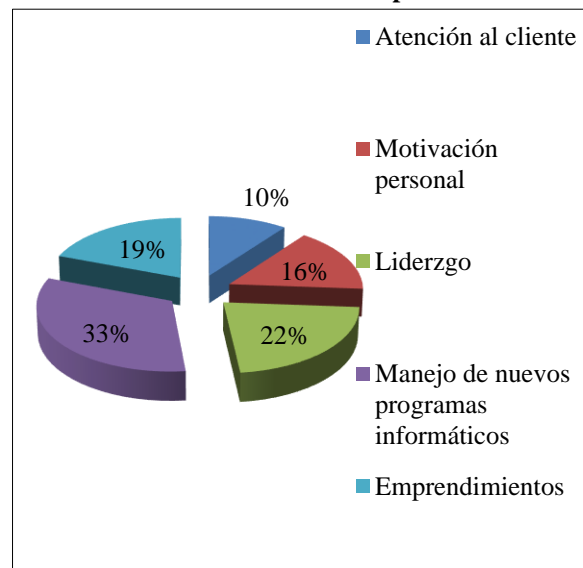
**Cuáles**

**Tabla # 51: Cursos de capacitación**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Atención al cliente	18	10,23%
Motivación personal	28	15,91%
Liderazgo	39	22,16%
Manejo de nuevos programas informáticos	57	32,39%
Emprendimientos	34	19,32%
<b>TOTAL</b>	<b>176</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 48: Cursos de capacitación**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los empleados de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 33% de los empleados encuestados desearían participar en cursos de capacitación del manejo de nuevos programas informáticos, el 22% en cursos de liderazgo y el 19% en emprendimientos.

### 3.4.2.9.3. Análisis de los resultados trabajadores

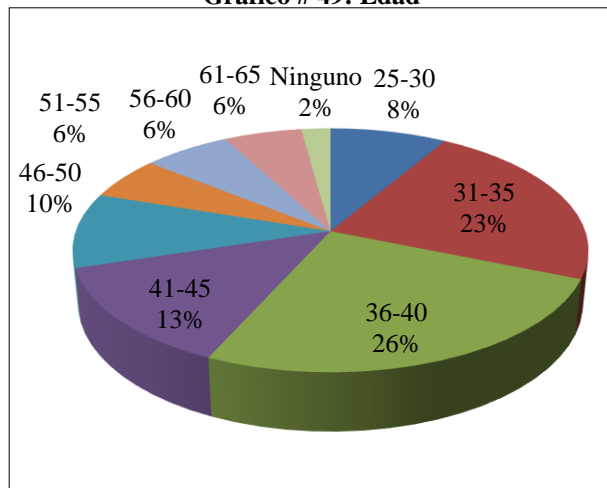
#### Edad

**Tabla # 52: Edad**

Variable	Respuesta	Porcentaje
25-30	12	8,51%
31-35	32	22,70%
36-40	36	25,53%
41-45	19	13,48%
46-50	14	9,93%
51-55	8	5,67%
56-60	9	6,38%
61-65	8	5,67%
Ninguno	3	2,13%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 49: Edad**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** Mediante las encuestas realizadas, se ha obtenido que el 26% de encuestados son de 36 a 40 años, seguido por el 23% de 31 a 35 años, el 13% de 41 a 45 años.

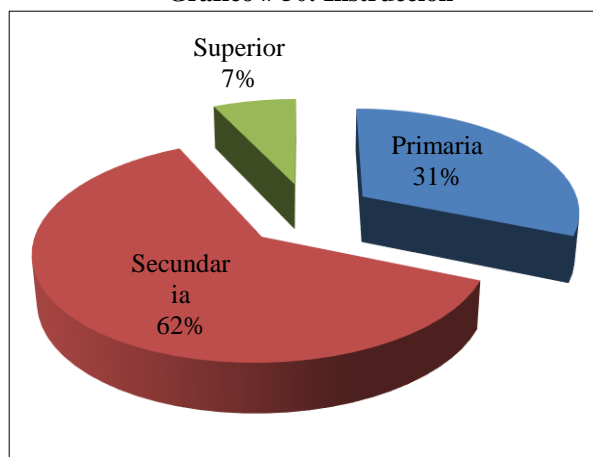
#### Instrucción

**Tabla # 53: Instrucción**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Primaria	44	31,21%
Secundaria	87	61,70%
Superior	10	7,09%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 50: Instrucción**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** Del 100% de trabajadores encuestados el 62% poseen instrucción secundaria, el 31% primaria y el 7% superior.

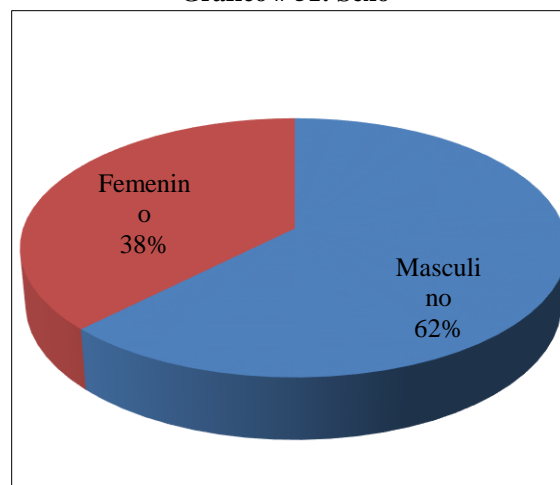
## Sexo

**Tabla # 54: Sexo**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Masculino	88	62,41%
Femenino	53	37,59%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 51: Sexo**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 62% de trabajadores de la Espoch son hombres, mientras que el 38% son mujeres.

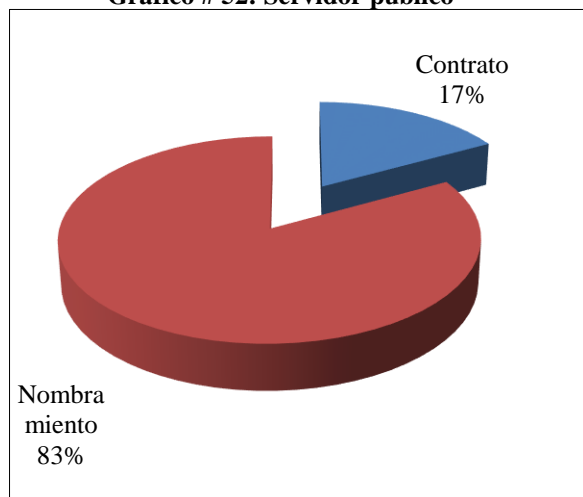
## Servidor público

**Tabla # 55: Servidor público**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Contrato	24	17,02%
Nombramiento	117	82,98%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 52: Servidor público**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 83% de trabajadores encuestados son servidores públicos de nombramiento, mientras que el 17% son de contrato.

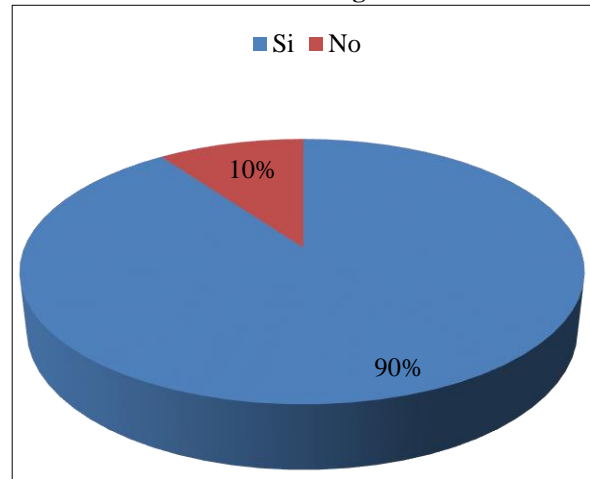
**¿Le gusta el trabajo que desempeña?**

**Tabla # 56: Pregunta 1**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	127	90,07%
No	14	9,93%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 53: Pregunta 1**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** Al 90% de trabajadores les gusta el trabajo que desempeñan, existiendo así el 10% que consideran lo contrario.

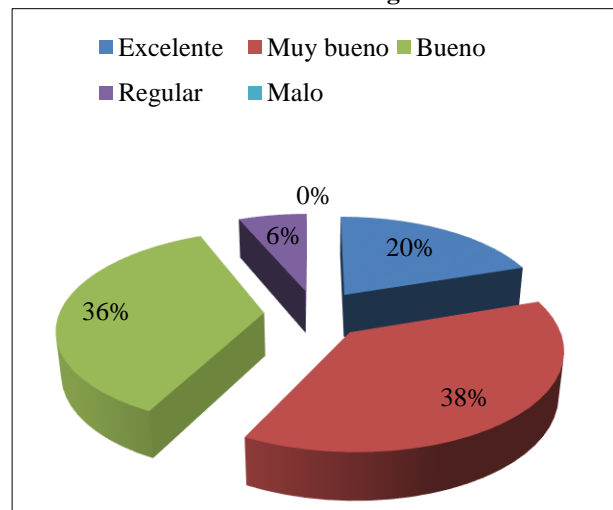
**¿Qué grado de satisfacción le brinda su trabajo?**

**Tabla # 57: Pregunta 2**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Excelente	28	19,86%
Muy bueno	53	37,59%
Bueno	51	36,17%
Regular	9	6,38%
Malo	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 54: Pregunta 2**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El grado de satisfacción que les brinda las funciones que cada trabajador desempeña, el 38% considera que es muy bueno, el 36% bueno y el 20% excelente.

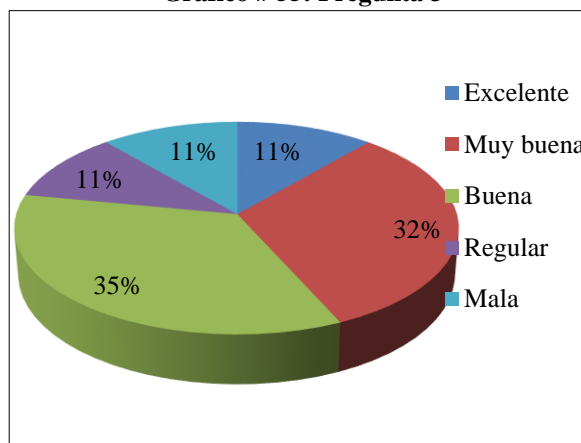
¿Cómo considera usted, la comunicación con la máxima autoridad de la institución?

**Tabla # 58: Pregunta 3**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Excelente	16	11,35%
Muy buena	45	31,91%
Buena	49	34,75%
Regular	15	10,64%
Mala	16	11,35%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 55: Pregunta 3**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 35% aprecia que la comunicación con la máxima autoridad es buena, el 32% muy buena y el 11% considera que es mala.

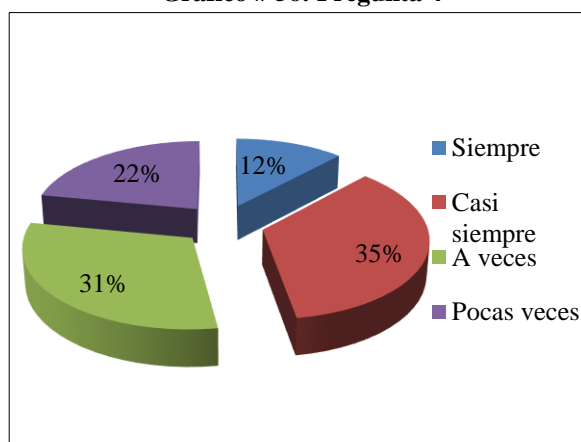
¿Considera usted que el gobierno institucional, le brinda un servicio fiable y acorde a sus necesidades?

**Tabla # 59: Pregunta 4**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Siempre	17	12,06%
Casi siempre	50	35,46%
A veces	43	30,50%
Pocas veces	31	21,99%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 56: Pregunta 4**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 35% de los trabajadores encuestados creen que el gobierno institucional brinda un servicio fiable y acorde a sus necesidades casi siempre, mientras que el 31% menciona que a veces y el 22% pocas veces.

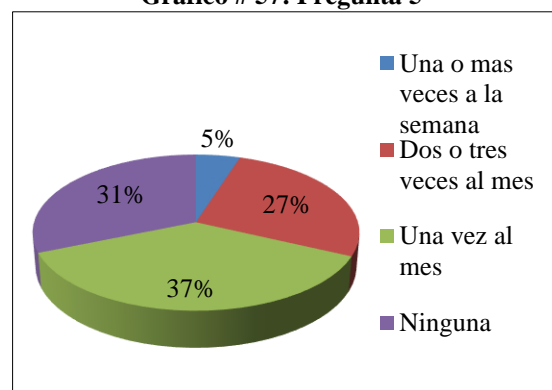
**¿Con que frecuencia usted mantiene una interacción directa con el gobierno institucional de la Espoch?**

**Tabla # 60: Pregunta 5**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Una o más veces a la semana	7	4,96%
Dos o tres veces al mes	38	26,95%
Una vez al mes	52	36,88%
Ninguna	44	31,21%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 57: Pregunta 5**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** Los trabajadores encuestados de la Espoch, en un 37% indican que mantienen una interacción directa con el gobierno institucional una vez al mes, sin embargo el 31% opina que ninguna vez.

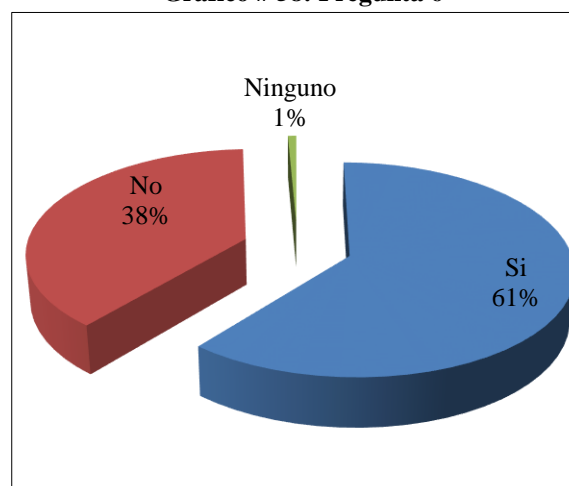
**¿Considera usted que la máxima autoridad de la Espoch, conoce y se desenvuelve de forma correcta en el cargo que desempeña?**

**Tabla # 61: Pregunta 6**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	86	60,99%
No	54	38,30%
Ninguno	1	0,71%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 58: Pregunta 6**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** EL 61% señala que la máxima autoridad de la Espoch si conoce y se desenvuelve de forma correcta en sus funciones, en cambio el 38% cree lo contrario.

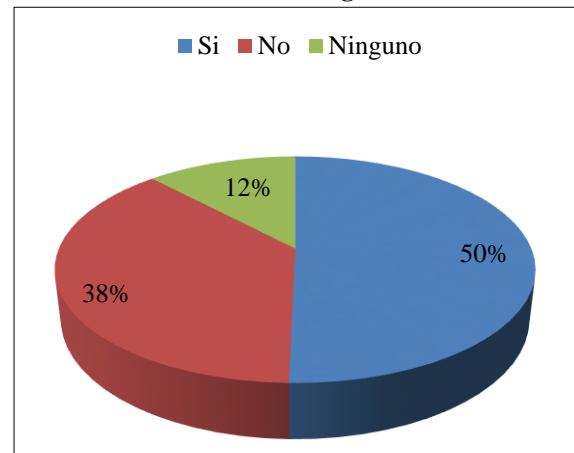
**¿Los problemas que se presentan en la institución son resueltos de forma oportuna e inmediata?**

**Tabla # 62: Pregunta 7**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	71	50,35%
No	53	37,59%
Ninguno	17	12,06%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 59: Pregunta 7**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 50% de los trabajadores encuestados manifiestan que los problemas que se presentan en la institución si son resueltos inmediatamente, en cambio el 38% opina que no.

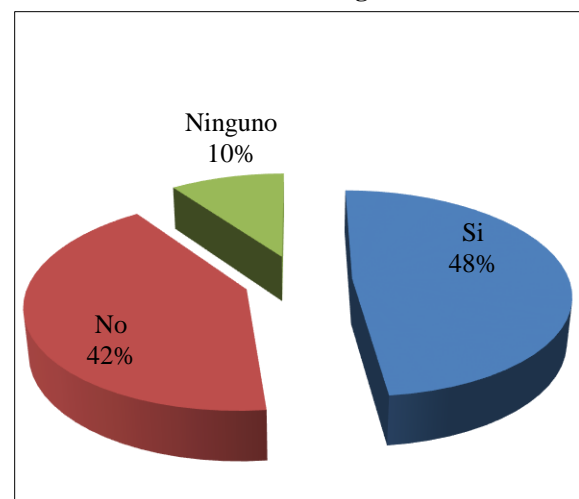
**¿El Rectorado le brinda servicios de calidad, buena atención y rapidez?**

**Tabla # 63: Pregunta 8**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	68	48,23%
No	59	41,84%
Ninguno	14	9,93%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 60 : Pregunta 8**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 48% opinan que el Rectorado si brinda servicios de calidad, buena atención y rapidez, mientras que 42% aprecia lo contrario.

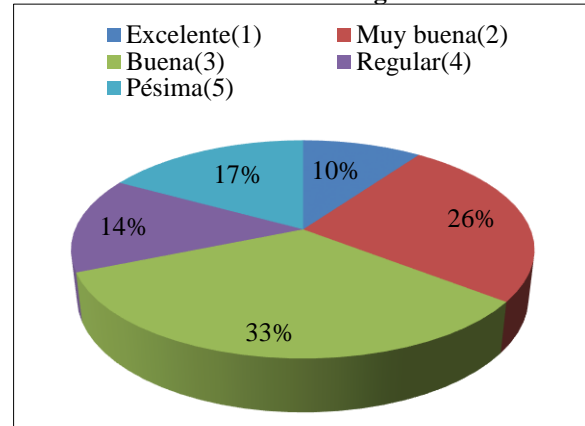
**¿Qué valoración le da usted a la actual administración del gobierno institucional? Considerando que el 1 es el más importante.**

**Tabla # 64: Pregunta 9**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Excelente(1)	14	9,93%
Muy bueno(2)	36	25,53%
Bueno(3)	47	33,33%
Regular(4)	20	14,18%
Pésimo(5)	24	17,02%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 61: Pregunta 9**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 33% considera que la actual administración es buena, el 26% muy buena y el 17% pésima

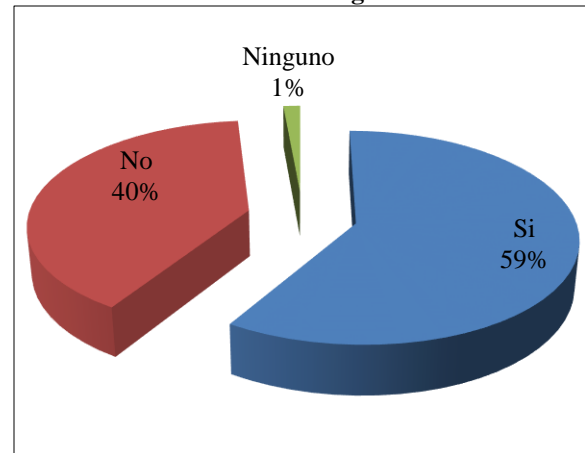
**¿Según su criterio cree usted que la Espoch ha progresado significativamente con la actual administración?**

**Tabla # 65: Pregunta 10**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	83	58,87%
No	56	39,72%
Ninguno	2	1,42%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 62: Pregunta 10**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** De las encuestas realizadas se ha obtenido que el 59% creen que la Espoch si ha progresado con la actual administración, en cambio el 40% es contradictorio.



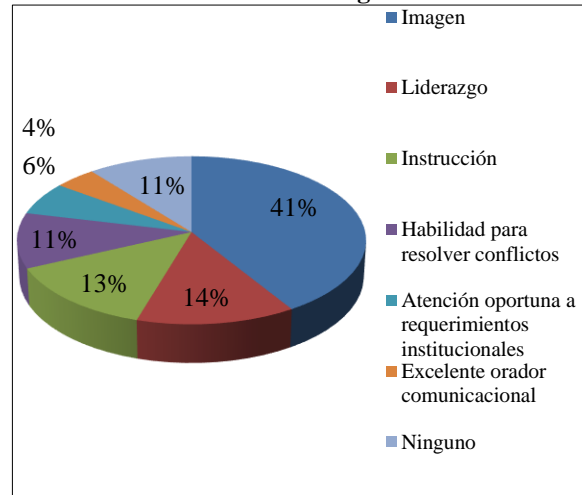
**¿Cuáles son los aspectos más relevantes del gobierno institucional?**

**Tabla # 66: Pregunta 11**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Imagen	58	41,13%
Liderazgo	19	13,48%
Instrucción	19	13,48%
Habilidad para resolver conflictos	15	10,64%
Atención oportuna a requerimientos institucionales	9	6,38%
Excelente orador comunicacional	6	4,26%
Ninguno	15	10,64%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 63: Pregunta 11**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 41% piensan que el aspecto más relevante del gobierno institucional es la imagen, el 13% es la instrucción y el liderazgo.

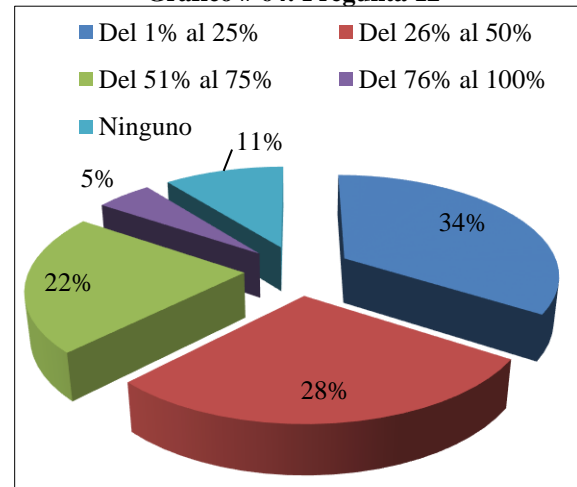
**¿Según su apreciación en qué porcentaje han sido alcanzados los objetivos planteados?**

**Tabla # 67: Pregunta 12**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Del 1% al 25%	48	34,04%
Del 26% al 50%	40	28,37%
Del 51% al 75%	31	21,99%
Del 76% al 100%	7	4,96%
Ninguno	15	10,64%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 64: Pregunta 12**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 34% de los trabajadores encuestados opinan que los objetivos planteados han sido alcanzados en un 25%, mientras que el 28% manifiestan que han sido alcanzados en un 50%.

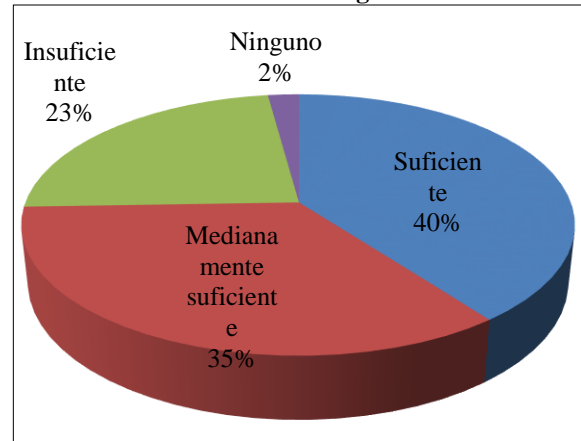
**¿Considera usted que los niveles de asesoramiento con los que cuenta actualmente el gobierno de la Espoch, minimizan los riesgos institucionales de manera?**

**Tabla # 68: Pregunta 13**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Suficiente	56	39,72%
Medianamente suficiente	49	34,75%
Insuficiente	33	23,40%
Ninguno	3	2,13%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 65: Pregunta 13**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 40% considera que los niveles de asesoramiento con los que cuenta el gobierno de la Espoch son suficientes para minimizar los riesgos institucionales, en cambio el 35% son medianamente suficientes y el 23% insuficientes.

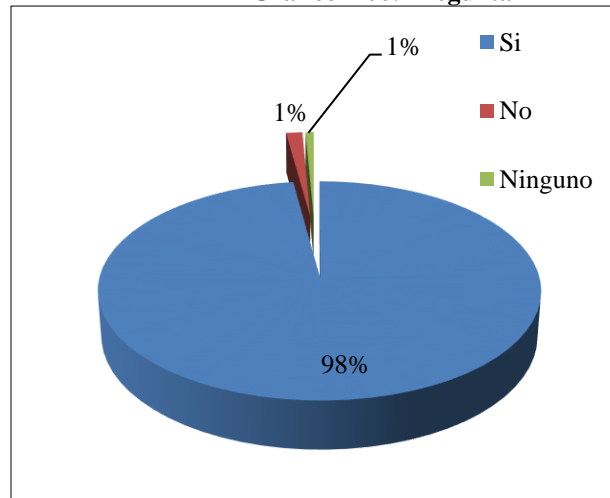
**¿Considera usted que la comunicación interna es un factor importante dentro de la institución?**

**Tabla # 69: Pregunta 14**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	138	97,87%
No	2	1,42%
Ninguno	1	0,71%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 66: Pregunta 14**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** El 98% consideran que la comunicación interna es un factor importante dentro de la institución.

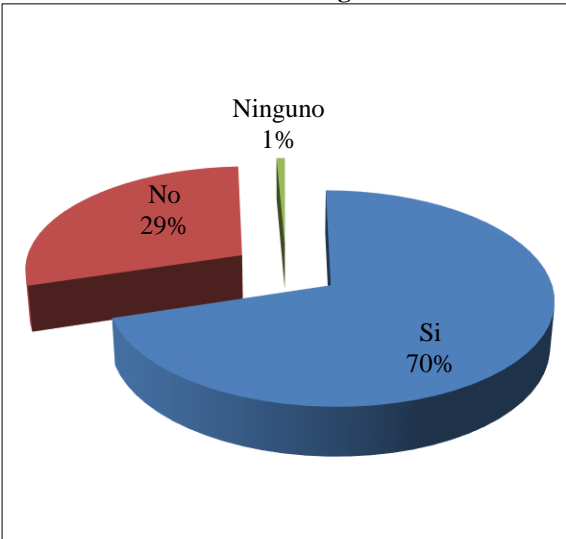
**¿Considera necesario implementar un Call Center para sugerencias o inquietudes en el departamento del Rectorado?**

**Tabla # 70: Pregunta 15**

Variable	Respuesta	Porcentaje
Si	99	70,21%
No	41	29,08%
Ninguno	1	0,71%
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**Gráfico # 67: Pregunta 15**



**Fuente:** Encuestas realizadas a los trabajadores de la Espoch  
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

**ANÁLISIS:** De los trabajadores encuestados el 70% considera que si es necesario implementar un call center en el rectorado, y el 29% es contradictorio.

**Tabla # 71: Hallazgos**

<b>DOCENTES</b>	<b>EMPLEADOS</b>	<b>TRABAJADORES</b>
Al momento de realizar la encuesta piloto un factor importante a determinar fue la realización de una encuesta por cada uno de los actores (docentes, empleados y trabajadores), para un mejor análisis de la información.		
La planta de docentes con los que cuenta la Espoch pertenecen en su gran mayoría a un rango de edad de 36-40 años, lo cual permite que los conocimientos que ellos imparten se han de gran ayuda para la institución.	Casi en su totalidad los empleados de la Espoch se encuentran en un rango de edad entre los 41 - 45 años, lo que permitirá procesos de capacitación e instrucción.	Una vez aplicado las encuestas se puede determinar que en el mayor porcentaje de trabajadores de la Espoch se encuentra en un rango de edad de 36-40 años lo cual permitirá procesos de capacitación.
El 62% de docentes de la Espoch poseen títulos de maestría, y solo el 4% tienen doctorado, es decir la institución debe incentivar a que sigan preparándose en cada una de las carreras donde ellos se desenvuelven, y de esta manera seguir ganando prestigio en el nivel educativo.	En las encuestas realizadas como factor importante a considerar es el mayor número de servidores públicos de nombramiento.	Existe un mayor número de trabajadores de la Espoch con instrucción secundaria, lo cual permite asimilar de una mejor forma las funciones asignadas a cada uno.
Dentro de la institución el personal docente que más predomina es el sexo masculino en un 54%, cuya diferencia es mínima en cuanto se refiere al sexo femenino.	Del total de empleados encuestados manifiestan que si les gusta el trabajo que desempeñan por lo tanto esto genera resultados positivos para la institución.	Casi en su totalidad los trabajadores encuestados de la Espoch son servidores públicos de nombramiento.
Los servidores públicos en gran parte son de contrato en el área de los docentes.	La comunicación entre el gobierno institucional y los empleados es muy buena en un 39%, obteniendo de forma contradictoria el 8%.	Los trabajadores opinan que el grado de satisfacción que les brinda su trabajo es muy bueno, por ende se sienten entusiastas al momento de contribuir con la institución.
Los docentes mencionaron que su trabajo les brinda un grado de satisfacción muy bueno, lo cual permite que se sientan en un ambiente agradable y cómodo.	Los empleados de la Espoch mencionan que el gobierno institucional brinda un servicio fiable y acorde a las necesidades en un 38% a veces, en cambio el 30% indica que casi siempre.	La comunicación con los trabajadores y la máxima autoridad es buena, permitiendo de esta manera expresar las falencias encontradas en el entorno.
Los docentes de la Espoch afirman que la comunicación con la máxima autoridad de la institución, es buena por lo que se puede mencionar que existe una relación estable con todo el personal.	En los empleados de la Espoch se obtuvo que el 38% no mantienen ninguna interacción directa con el gobierno institucional, a diferencia que el 37% una vez al mes.	De los trabajadores de la Espoch el 12% opinan que siempre el gobierno institucional brinda un servicio fiable y acorde a las necesidades, de esta manera acotamos que es un porcentaje bastante bajo para la satisfacción de cada uno de los implicados.
No existe ninguna interacción directa con el gobierno institucional y los docentes de la Espoch.	Del total de empleados encuestados la mayoría considera que la máxima autoridad si conoce y se desenvuelve de forma correcta en el cargo que desempeña.	Gran parte de los trabajadores encuestados indican que mantienen una interacción directa con el gobierno institucional de la Espoch una vez al mes, así también existe personal que

		ninguna vez se ha comunicado con la máxima autoridad de forma directa, esto ocasiona que muchas de las veces no se puede manifestar los problemas en su debido momento.
Los docentes de la Epoch consideran que la máxima autoridad, si se desenvuelve de forma correcta en el cargo que desempeña.	El 55% de los empleados de la Epoch indica que los problemas que se presentan en la institución son resueltos de forma oportuna e inmediata, y el 45% exteriorizan lo contrario.	Varios de los trabajadores opinan que la máxima autoridad de la Epoch si conoce y se desenvuelve de forma correcta en el cargo que desempeña lo cual expresa que la institución tenga más prestigio a nivel nacional e internacional.
Los problemas que se presentan en la institución en gran parte no son resueltos de forma oportuna e inmediata, por lo tanto existe un gran déficit de insatisfacción por parte de los docentes.	Casi en su totalidad los empleados encuestados manifiestan que el rectorado si brinda un servicio de calidad, buena atención y rapidez.	Los trabajadores de la Epoch señalan que los problemas que se presentan en la institución son resueltos de forma oportuna e inmediata, debido a que la autoridad máxima está pendiente de cada acontecimiento q se presenta en la institución.
Los docentes encuestados mencionan que el rectorado no brinda servicios de calidad, buena atención y rapidez; en el momento oportuno, así también existe docentes que no hacen uso de estos servicios.	Una parte de los empleados encuestados valoran que la actual administración del gobierno institucional es buena.	El Rectorado si brinda servicios de calidad buena atención y rapidez, en los trámites que se realizan.
Varios docentes de la institución indican que la actual administración del gobierno institucional es buena y un porcentaje mínimo opina que es pésimo.	Los empleados de la Epoch en un 65% revelan que la institución ha progresado significativamente con la actual administración, en cambio el 35% es contradictorio.	Se logró encuestar a un número significativo de trabajadores los mismos que indican que los aspectos más relevantes que identifican al gobierno institucional son la imagen, el liderazgo, y la instrucción.
La Epoch no ha progresado significativamente con la actual administración en un 51%, mientras que el 49% si ve reflejado el progreso y crecimiento de la institución.	El aspecto más relevante con el que se identifica el gobierno institucional de la Epoch es la imagen y la instrucción.	El 34% de los trabajadores encuestados opinan que los objetivos planteados han sido alcanzados en un 25%.
El gobierno institucional es reconocido con los aspectos más sobresalientes como la imagen, la instrucción, el liderazgo y la habilidad para resolver conflictos.	El 42% de los empleados encuestados opinan que los objetivos planteados han sido alcanzados en un 50%.	En cuanto a los niveles de asesoramiento con los que cuenta actualmente el gobierno de la Epoch minimizan los riesgos institucionales de manera suficiente con el 40%, en cambio el 23% menciona que son insuficientes.
El 38% de los docentes encuestados opinan que los objetivos planteados han sido alcanzados en un 50%.	Los empleados encuestados creen que los niveles de asesoramiento con los que cuenta actualmente el gobierno de la Epoch, minimizan los riesgos institucionales de manera medianamente suficiente con un 49%, y el 27%	La comunicación interna en la institución es considerada como un factor importante, debido a que por medio de ella se puede intercambiar ideas pensamientos y permitir plantear sugerencias para el mejoramiento de la misma,

	de forma insuficiente.	por lo tanto si es necesario implementar un call center en el rectorado, permitiendo tener mayor interacción con la máxima autoridad.
Los niveles de asesoramiento con los que cuenta actualmente el gobierno de la Espoch en un 46% son medianamente suficientes, el 30% insuficientes para minimizar los riesgos institucionales que se presentan.	En su totalidad los empleados consideran que la comunicación interna es un factor esencial dentro de la institución, por lo tanto si es recomendable implementar un call center en el rectorado.	
Casi en su totalidad los docentes de la Espoch no están realizando ningún proyecto de vinculación a sabiendas que es un factor muy importante dentro de la educación.	En gran parte los empleados de la Espoch están interesados en participar en cursos de capacitación, como son el manejo de nuevos programas informáticos y cursos de liderazgo.	
En generalidad los docentes encuestados si conocen las líneas de investigación con las cuales se maneja la institución.		
Gran parte de los docentes de la Espoch no se encuentran realizando ningún proyecto de investigación.		

**Fuente:** Encuestas realizadas a los docentes, empleados y trabajadores de la Espoch

**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

### **3.5. MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS**

#### **3.5.1. Método Deductivo**

Es un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares. El método se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios de aplicación universal y de comprobada validez, para aplicarlos a soluciones o hechos particulares (Bernal, 2006, pág. 56). Se empleó este método porque la información recabada se lo realizó de lo general hacia algo estrictamente específico lo cual conlleva a la obtención de una respuesta clara y específica.

#### **3.5.2. Método Analítico**

Este método es un proceso cognoscitivo, que consiste en descomponer un objeto de estudio separando cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual (Bernal, 2006, pág. 56). Por lo tanto la respectiva investigación se realizó por separado a todos sus autores (docentes, empleados y trabajadores) para una mejor comprensión en el análisis de resultados.

#### **3.5.3. Método Cualitativo y Cuantitativo**

El método cualitativo se orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar. Su preocupación no es prioritariamente medir, sino cualificar y describir el fenómeno social a partir de rasgos determinantes según sean percibidos por los elementos mismos que están dentro de la situación estudiada. En cambio el método cuantitativo se fundamenta en la medición de las características de los fenómenos sociales, lo cual supone derivar de un marco conceptual pertinente al problema analizado. (Bernal, 2006, pág. 57). Se debe considerar que tanto el método cualitativo como cuantitativo son importantes por cuanto ayuda no solo analizar la parte cuantificable de una investigación, sino también a estudiar el perfil de cada consumidor según el segmento de mercado.

#### **3.5.4. Encuesta**

La encuesta es una técnica de investigación cuantitativa, en ella el encuestador se pone en contacto con el encuestado con el fin de obtener información, ya sea escrita o verbal, este proceso de comunicación se realiza mediante un cuestionario. (Merino, M., Pintado, T., Sánchez, J., Grande, I., & Estévez, M., 2010, pág. 82). En la encuesta es

básico obtener una información estructurada y homogénea de todos los individuos analizados, de tal forma que a todos se les pregunta lo mismo y de idéntica manera, con el fin de obtener conclusiones numéricas.

### **3.5.5. Cuestionario**

Un cuestionario es un conjunto de preguntas que se presenta a las personas seleccionadas para obtener una respuesta. Como se trata de un documento muy flexible, los cuestionarios son, sin duda, el instrumento más común para recopilar información primaria. Es indispensable elaborar, probar y depurar los cuestionarios antes de utilizarlos a gran escala (Kotler, & Lane, 2006, pág. 107).

#### **3.5.5.1. Tipo de cuestionario utilizado**

El cuestionario que se utilizó es estructurado y no disfrazado, porque permite seguir un cierto orden lógico en las preguntas, además de que el entrevistado percibe claramente cuáles son los fines que persigue el investigador, este es un método muy sencillo de diseño de cuestionario. Es así que se utilizó preguntas de opción múltiple, debido que son fáciles de responder, y las preguntas dicotómicas porque permiten utilizar solamente cuando las posibilidades de respuesta se reducen a dos (sí o no). Después de diseñar el cuestionario y antes de reproducirlo definitivamente, con el fin de validarlo y revisar la calidad de las respuestas se debe realizar una prueba piloto.



## **CAPITULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS**

### **4.1. Metodología, Guía y/o Procedimiento de Implementación o de Propuesta**

Para lograr estrategias que aporten en el desarrollo de la institución, se realizó la investigación de mercados a los diferentes actores (docentes, empleados y trabajadores), según (Jiménez, & Gracia, 2000, pág. 99) “Es importante realizar la encuesta piloto para eliminar todos los defectos del cuestionario, es necesario aplicarlo a un pequeño grupo de encuestados reales, es decir, del mismo tipo de aquellos a los que vamos a entrevistar al realizar la encuesta. La finalidad de la prueba piloto es asegurarse de que el cuestionario no contenga defectos de contenido y/o forma; de esta manera se evita tener que repetir la investigación por haber difundido un cuestionario erróneo”, una vez realizado la encuesta piloto, el siguiente paso es aplicar a cada uno de los segmentos la encuesta definitiva, obteniendo así hallazgos de gran relevancia para el progreso de la Espoch, la misma que cuenta con docentes calificados, casi en su totalidad poseen maestría y pocos son los que cuentan con un título de doctorado, por lo tanto es necesario incentivar a que sigan realizando sus estudios conforme lo que estipula la Ley de Educación Superior (LOES).

Los trabajadores y empleados manifiestan que la máxima autoridad si conoce y se desenvuelve correctamente en su cargo, además consideraron que los niveles de asesoramiento con los que cuenta actualmente el gobierno institucional son medianamente suficientes para minimizar los riesgos encontrados en la institución.

Sin embargo docentes, empleados y trabajadores mencionan que los aspectos más relevantes con los que se identifica la máxima autoridad son la imagen, instrucción y liderazgo, existiendo así falencias en el aspecto comunicativo, lo cual es un factor importante porque permite intercambiar ideas, pensamientos y sugerencias para el mejoramiento de la Espoch. A continuación se detallara la propuesta a implementar para dar solución a los problemas encontrados en la investigación realizada.

### **4.2. Implementación o propuesta**

La presente propuesta se realizará siguiendo la metodología planteada por la institución, mediante la aplicación de consultas bibliográficas, investigación de mercados, y la recopilación de información de forma directa e indirecta. Para sustentar el tema de tesis de “Estudio de aceptación y proyección administrativa del gobierno institucional de la Espoch período 2011–2016”; se propone fomentar marketing de gobernabilidad,

acompañado mancomunadamente de la comunicación interna de la Espoch, en donde sean partícipes tanto el gobierno institucional y los diferentes actores (docentes, empleados y trabajadores), los mismos que ayudaran al prestigio y reconocimiento institucional a nivel local, nacional e internacional, enfocándose estrictamente a los temas más relevantes de la Espoch como son: docencia, vinculación, investigación y gestión.

Es imperativo conocer la situación actual de la institución y diseñar las estrategias y tácticas que logren alcanzar los objetivos de marketing de gobernabilidad, los mismos que se enmarcan en los lineamientos diseñados por el equipo del gobierno institucional. Lo que se busca es servir de una manera más efectiva a todos los actores institucionales comprometiéndoles a alcanzar los logros que el gobierno nacional busca en la educación superior.

#### 4.2.1. Estrategia de comunicación

**Tabla #72: Estrategia 1**

<b>ESTRATEGIA:</b>	Comunicación
<b>OBJETIVO:</b>	Identificar las inquietudes y dudas que poseen, los diferentes actores (docentes, empleados y trabajadores), de la administración del Gobierno actual.
<b>DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA:</b>	En las decisiones estratégicas se deben considerar, la publicidad, con herramienta de comunicación del marketing político, para de esta forma posicionar al gobierno institucional con todos los actores institucionales.
<b>LAS TACTICAS A DESARROLLAR SON:</b>	Creación de un perfil en Fan page para uso exclusivo del gobierno institucional. Creación de un call center. Implementación de rendición de cuentas de cada una de las facultades. Realizar revistas de informes de gestión.
<b>DESCRIPCIÓN DE LA TÁCTICA</b>	La página “Gobierno Institucional” contendrá la información básica de la administración, priorizando los temas de mayor relevancia. Por medio del call center el gobierno institucional podrá informarse de todo lo que acontezca dentro y fuera de la institución. En las revistas se plasmara todo lo que el gobierno institucional realiza en cada una de las áreas que conforman la Espoch; se lo realizara trimestralmente.

**Fuente:** Tabla # 71 Hallazgos

**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

#### 4.2.1.1. Página del perfil del fan page




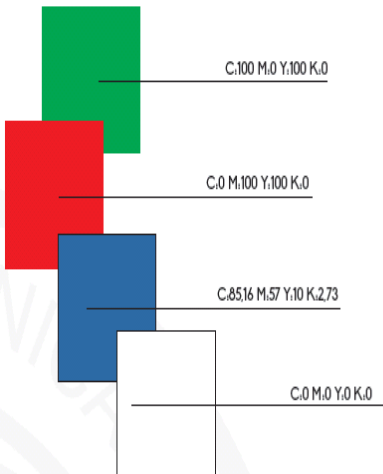
#### 4.2.1.2. Requisitos para implementar un call center en la Espoch

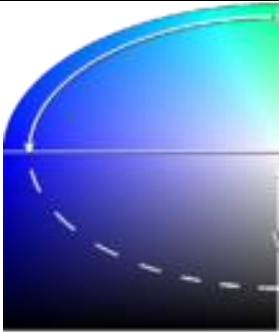
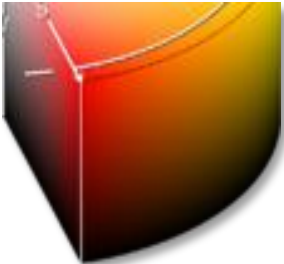
Un call center es un lugar en el que están un grupo de personas llamados operadores los cuales están recibiendo o haciendo llamadas, para el mejoramiento comunicacional del gobierno institucional y sus actores; para implementar un call center en la institución se necesita lo siguiente:

- Líneas telefónicas VOZ-IP para ahorrar en costes, además tienen la ventaja que pueden ser de varios canales.
- Un conmutador IP (PBX), esto no es más que una computadora con un software (asterik, trixbox, elastix).
- Telefonos IP o un softphone, esto es un software que se instala en una computadora y que funciona como teléfono.
- Excelente conexión de internet.
- Un programa CRM (Programa de Gestión de Clientes), con el cual se llevará el control de las llamadas realizadas o recibidas.

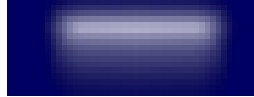

#### 4.2.1.3. Rendición de cuentas de cada una de las facultades

**Tabla # 73: Imagen corporativa de la EsPOCH y sus facultades**

<b>Introducción</b>	La EsPOCH posee la necesidad de contar con una imagen corporativa de calidad y excelencia. Para su desarrollo se partió desde el análisis de los símbolos institucionales, el objetivo de la imagen corporativa institucional es regular el uso de elementos visuales logrando así una correcta realización de los productos gráficos, además de generar una buena apariencia ante la sociedad y las demás instituciones a nivel local, nacional e internacional.	
<b>Construcción de la marca</b>	La marca de la ESPOCH se constituye por ser institución pública que fundamenta su acción en los principios de: autonomía, democracia, cogobierno, libertad de cátedra. Estimula el respeto de los valores inherentes de la persona, que garantiza la libertad de pensamiento, expresión, culto, igualdad, pluralismo, tolerancia, espíritu crítico y cumplimiento de las leyes y normas vigentes.	
<b>Cromática</b>	El color es un elemento fundamental para identificar y personalizar la identidad visual corporativa. La aplicación de estos colores (verde, rojo, azul y blanco) debe mantenerse constante en la medida de lo posible.	
<b>Tipografía</b>	Se describe la tipografía principal y secundaria que se utiliza en la construcción de la marca y el tamaño de la misma.	<p><b>Tipografía Principal</b></p> <p><b>BIKO</b>          ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ          abcdefghijklmnopqrstuvwxyz          0123456789</p> <p><b>Tipografías Secundarias</b></p> <p><b>TRAJAN PRO</b>          ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ          abcdefghijklmnopqrstuvwxyz          0123456789</p> <p><b>Helvetica</b>          ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ          abcdefghijklmnopqrstuvwxyz          0123456789</p>

Facultad de Administración de Empresas		
<b>Construcción de la marca</b>	Los parámetros del diseño de la marca son explícitos, muestran la forma como está estructurada, la cantidad de elementos utilizados y su connotación.	
<b>Cromática de colores</b>	Los colores utilizados son connotaciones más naturales que emanan ideas de frescura y frialdad.	
<b>Tipografía</b>	Representa el tipo de letra y el tamaño que se ha utilizado en el diseño de la marca.	<p>           ABCDEFGHIJ KLM            NOPQRSTUVWXYZ      Calibri            abcdefghijklm            nopqrstuvwxyz            1234567890         </p> <p>           ABCDEFGHIJ KLM            NOPQRSTUVWXYZ            abcdefghijklm      Century Gothic            nopqrstuvwxyz            1234567890         </p>
Facultad de Mecánica		
<b>Construcción de la marca</b>	La imagen de la facultad de mecánica tiene iconos muy representativos e identificatorios para la misma, mostrando seriedad y responsabilidad.	
<b>Cromática de colores</b>	La cromática de colores utilizados muestran movimiento y vitalidad son colores cálidos se consideran como estimulantes, alegres tranquilos, sedantes y en algunos casos deprimentes.	

Facultad Salud Pública		
<b>Construcción de la marca</b>	La facultad de salud pública en su imagen corporativa contiene un símbolo representativo de vida y esperanza, frente a las nuevas y grandes necesidades de la sociedad.	
<b>Cromática de colores</b>	Son colores fríos que muestran esperanza, juventud y equilibran las sensaciones de las personas ante sus necesidades.	
Facultad de Informática y Electrónica		
<b>Construcción de la marca</b>	Una marca bien aplicada no necesita de muchas fotografías porque es la base más sólida y de rápida identificación y vinculación con la gente, es así que la facultad de informática y electrónica se identifica con una imagen sencilla y confiable.	
<b>Cromática de colores</b>	La cromática de colores de la FIE son; azul y blanco dando un toque de elegancia y profesionalismo a la misma.	
Facultad de Ciencias Pecuarias		
<b>Construcción de la marca</b>	Representa la tradición, desarrollo, equidad de género, fuerza y valentía de quienes forman parte de la facultad de ciencias pecuarias.	
<b>Cromática de colores</b>	Los colores utilizados son cálidos y muestran alegría, paz, tranquilidad, esperanza y elegancia captando así una percepción visual aceptable.	

<b>Facultad de Ciencias</b>		
<b>Construcción de la marca</b>	Este identificador visual representa la seriedad y formalidad de como la facultad de ciencias ha ido progresando.	
<b>Cromática de colores</b>	El color azul es notorio en la facultad de ciencias, debido a que muestra sabiduría y frialdad.	
<b>Facultad de Recursos Naturales</b>		
<b>Construcción de la marca</b>	La facultad de recursos humanos se identifica por ser un ente turístico y de conservación ambiental, por lo tanto el logo es la imagen de una hoja.	
<b>Cromática de colores</b>	Son colores fríos que se les identifican con la naturaleza porque transmiten esperanza, juventud y están asociados a las personas inteligentes.	

**Fuente:** [www.espoch.edu.ec](http://www.espoch.edu.ec)

**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary



**Gráfico # 68: Facultad de Administración de Empresas**

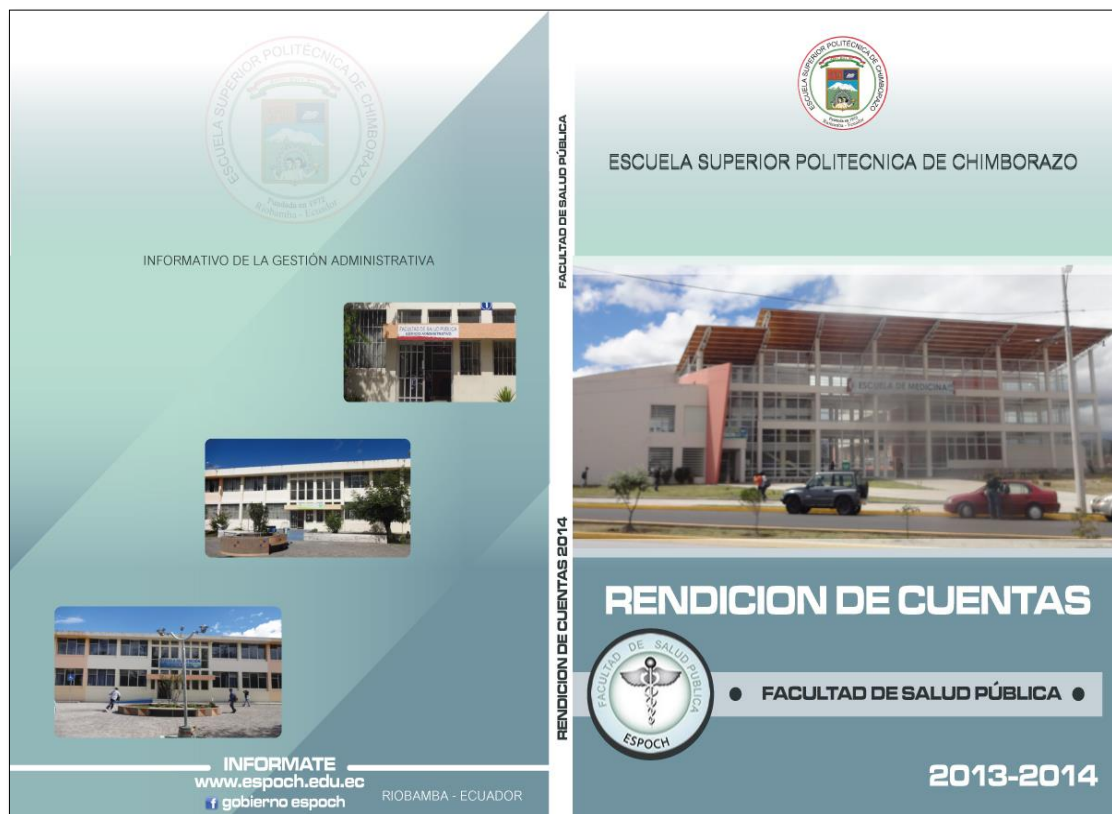


**Gráfico # 69: Facultad de Mecánica**





**Gráfico # 70: Facultad de Salud Pública**



**Gráfico # 71: Facultad de Informática y Electrónica**



**Gráfico # 72: Facultad de Ciencias Pecuarias**



**Gráfico # 73: Facultad de Ciencias**



ESPOCH

INFORMATIVO DE LA GESTIÓN ADMINISTRATIVA

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

ESCUELA U. ECUATORISMO

RENDICION DE CUENTAS

FACULTAD DE RECURSOS NATURALES

INFORMATE  
www.espoch.edu.ec  
gobierno espoch  
RIOBAMBA - ECUADOR

**Gráfico # 75: Informe de gestión institucional**





#### 4.2.2. Estrategia de voceros institucionales

**Tabla # 74: Estrategia 2**

<b>ESTRATEGIA :</b>	Voceros institucionales
<b>OBJETIVO:</b>	Informar de los acontecimientos más relevantes de manera precisa a los medios de comunicaciones nacionales e internacionales.
<b>DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA:</b>	La máxima autoridad trabajará conjuntamente con los voceros institucionales para lograr mayor difusión de los logros académicos, investigativos y de vinculación institucional.
<b>LAS TACTICAS A DESARROLLAR SON:</b>	La dirección de relaciones públicas generará las políticas de voceros institucionales. Reclutar voceros para cada uno de los actores. Impartir capacitaciones a los voceros.
<b>DESCRIPCIÓN DE LA TÁCTICA</b>	Este grupo de voceros compartirán información directa a la máxima autoridad de los hallazgos encontrados dentro y fuera de la institución. Identificar al mejor personal para el desempeño de este trabajo, que cuente con destrezas y habilidades. Realizar talleres, utilizando materiales didácticos, y diapositivas, además debemos motivarles para que su trabajo sea eficaz y eficiente para la Espoch.

**Fuente:** Tabla # 71 Hallazgos

**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

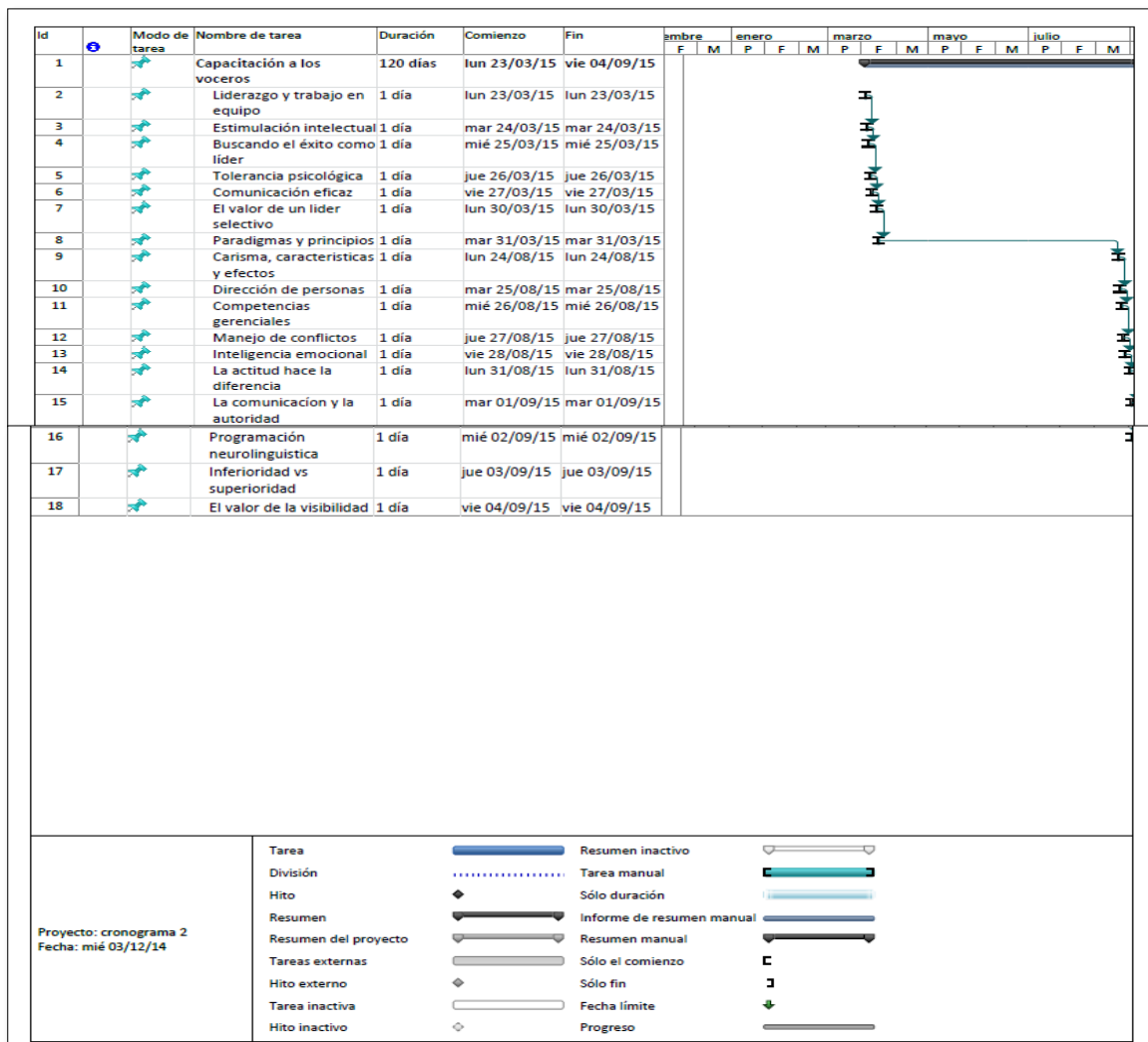
##### 4.2.2.1. Políticas del vocero

- ✓ El vocero tiene la responsabilidad de la divulgación y posicionamiento efectivo de los mensajes que se han decidido en el colectivo; en caso de que el vocero incumpla con alguno de los acuerdos pactados en este documento será relevado de su cargo.
- ✓ Los voceros transmiten mensajes claros, concretos y coherentes, perfectamente alineados al contexto institucional, teniendo una actitud firme, de dominio absoluto de cada situación y capaces de proyectar credibilidad y empatía con los actores.
- ✓ Para los temas cruciales, es indispensable que la institución determine los principios necesarios y no negociables sobre los cuales debe sustentar su posición, en este sentido el vocero tendrá la posibilidad de pronunciarse sobre temas que no tengan una decisión definitiva, teniendo en cuenta los principios, criterios y líneas generales establecidas.
- ✓ Los voceros asumen comunicación como un enfoque estratégico orientado a afianzar la entidad del gobierno institucional, formar opinión pública favorable, facilitar la interacción entre los actores y gestionar las relaciones con el entorno.
- ✓ Teniendo como precedentes los acuerdos anteriores es importante que los voceros eviten entrar en el terreno de la especulación, particularmente cuando se abordan temas polémicos sobre los que ya existen principios o acuerdos sustanciales. De todas maneras ante circunstancias en las cuales no exista ningún tipo de pronunciamiento el vocero puede expresar sus opiniones aclarando que es un criterio personal.

#### 4.2.2.2. Perfil de los voceros

- Contar con un alto nivel de información de los acontecimientos de la institución y sobre los que va a ejercer la vocería.
- Estar plenamente identificado con la filosofía y criterios de participación establecidos por la institución, respecto a los diferentes asuntos.
- Poseer cualidades éticas y morales, que corresponden a la misión y principios de la Epoch, con prudencia en el tratamiento de la información y comunicación; así también tener facilidad de expresión verbal - escrita.
- Estar en capacidad de mantener una actitud imparcial, reflexiva y objetiva que contribuya en la presentación de las opiniones de los diferentes actores y la retroalimentación de los mismos.
- Tener la capacidad de realizar trabajos colectivos, además debe estar comprometido con los intereses de la institución y tener la disposición de tiempo y voluntad para hacer presencia en todos los procesos que implique la vocería que va a ejercer, en los diferentes actores.

#### 4.2.2.3. Hoja de ruta de capacitaciones a los voceros.



#### 4.2.3. Estrategia de Posicionamiento del Gobierno Institucional de la Espoch

**Tabla # 75: Estrategia 3**

<b>ESTRATEGIA :</b>	Posesionar al gobierno institucional de la Espoch.
<b>OBJETIVO:</b>	Transmitir una imagen positiva del gobierno institucional dentro y fuera de la Espoch.
<b>DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA:</b>	Esta acción contempla actividades que nos permita difundir la imagen del gobierno institucional de la Espoch, potencializando la capacidad de liderazgo.
<b>LAS TACTICAS A DESARROLLAR SON:</b>	Utilizar publicidad ATL. Diseñar marketing viral. Implementar estrategias de marketing social.
<b>DESCRIPCIÓN DE LA TÁCTICA</b>	Diseñar agendas, llaveros, esferos, gorras, publicidad móvil y vallas publicitarias, para todos los actores. Publicar videos de las actividades realizadas y las visitas que hace la máxima autoridad a distintas instituciones. Realizar ayuda social apoyando a las fundaciones que se localizan dentro del cantón.

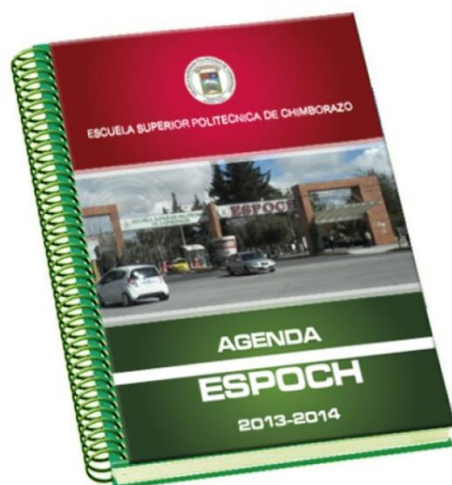
**Fuente:** Tabla # 71 Hallazgos

**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

##### 4.2.3.1. Publicidad ATL

##### Agendas





### Gorras



## Llaveros



## Esferos





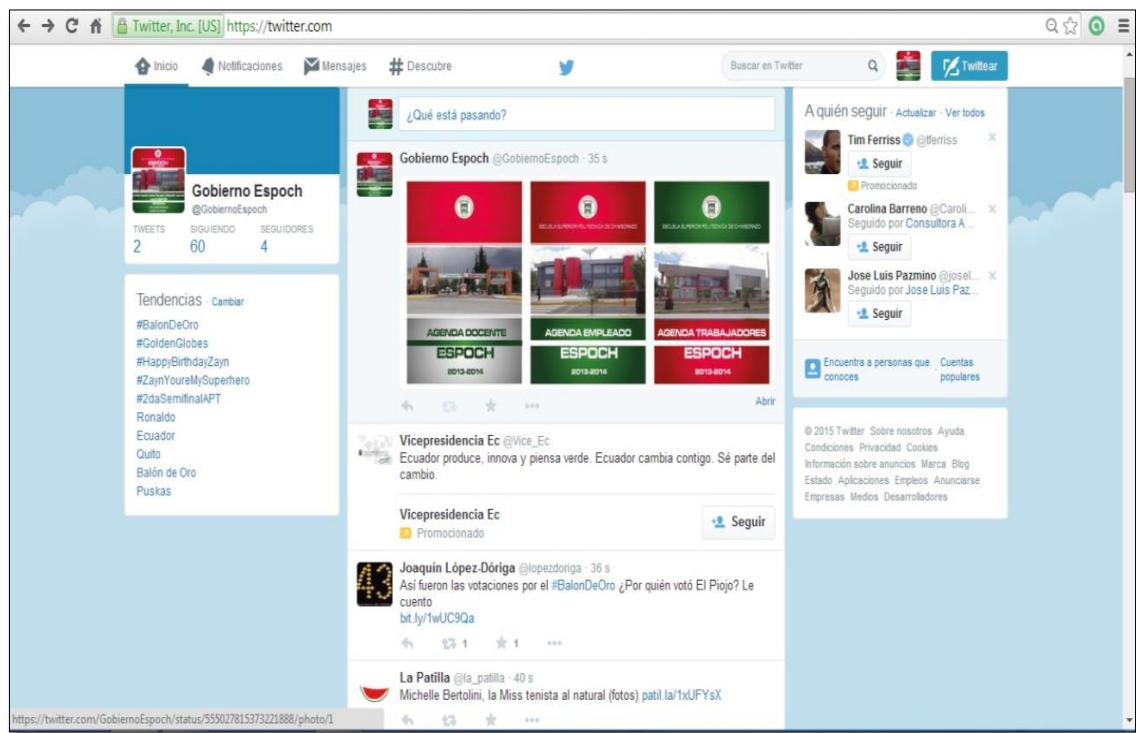
## Publicidad móvil



## Valla publicitaria



#### 4.2.3.2. Marketing viral



#### 4.2.3.3. Estrategias de marketing social aplicado a la Espoch

##### 4.2.3.3.1. Problema

El marketing social es una nueva forma de relación entre la máxima autoridad y sus actores, el gobierno institucional de la Espoch lo llevara a cabo con el objetivo de lograr el compromiso de todos quienes conforman la institución.

Por lo tanto es importante proponer un plan de marketing social en donde la institución sea participe en la contribución del bienestar interno y externo de la Espoch, ganando de esta forma prestigio corporativo a nivel local, nacional e internacional.

##### 4.2.3.3.2. Justificación

Con la elaboración del plan de marketing social la institución contribuirá con el bienestar humanístico, mediante la utilización de estrategias los actores podrán interactuar más estrechamente entre ellos y el gobierno institucional, en cada una de las actividades a desarrollar.

El presente plan de marketing social, se desarrollara con la finalidad de instaurar una actividad, no explotada totalmente en el entorno educativo y de esta forma aportar al

desarrollo de la institución, trabajando conjuntamente con todos los actores (docentes, empleados y trabajadores).

#### **4.2.3.3.3. Objetivos**

##### **4.2.3.3.3.1. Objetivo general:**

Realizar un plan de marketing social, para el fortalecimiento y enriquecimiento humanístico de la Espoch.

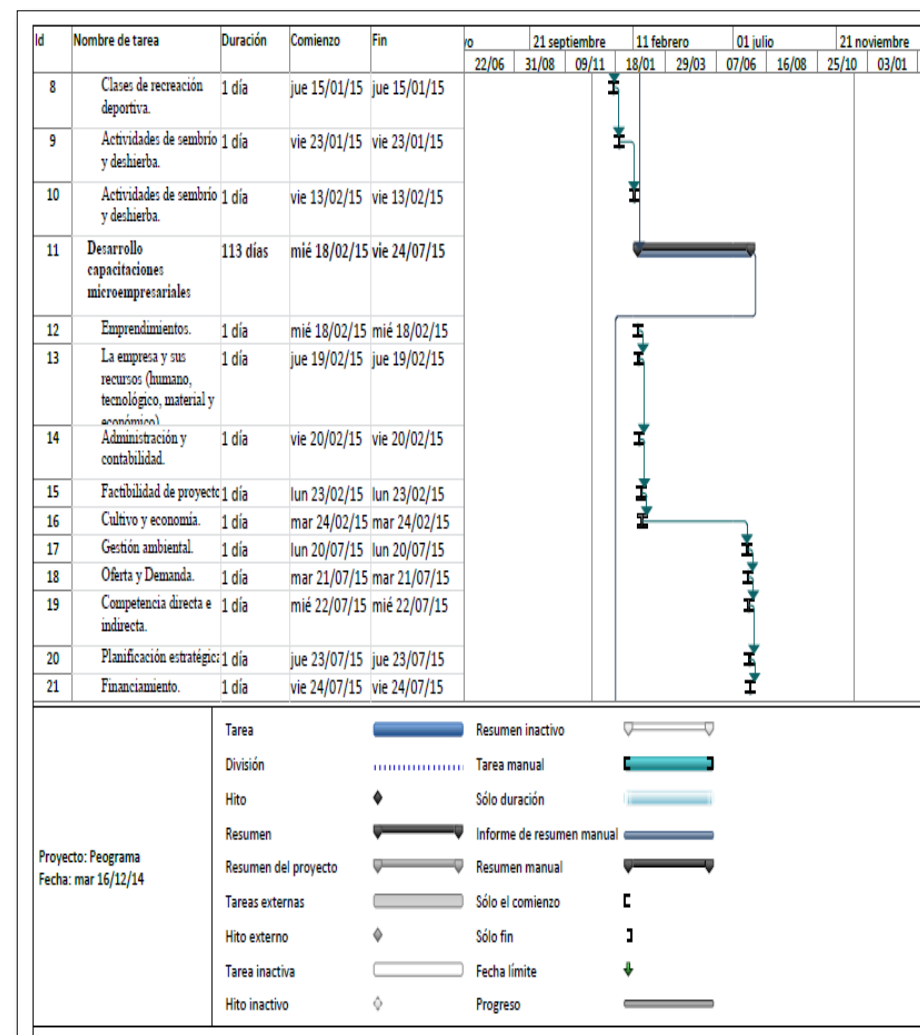
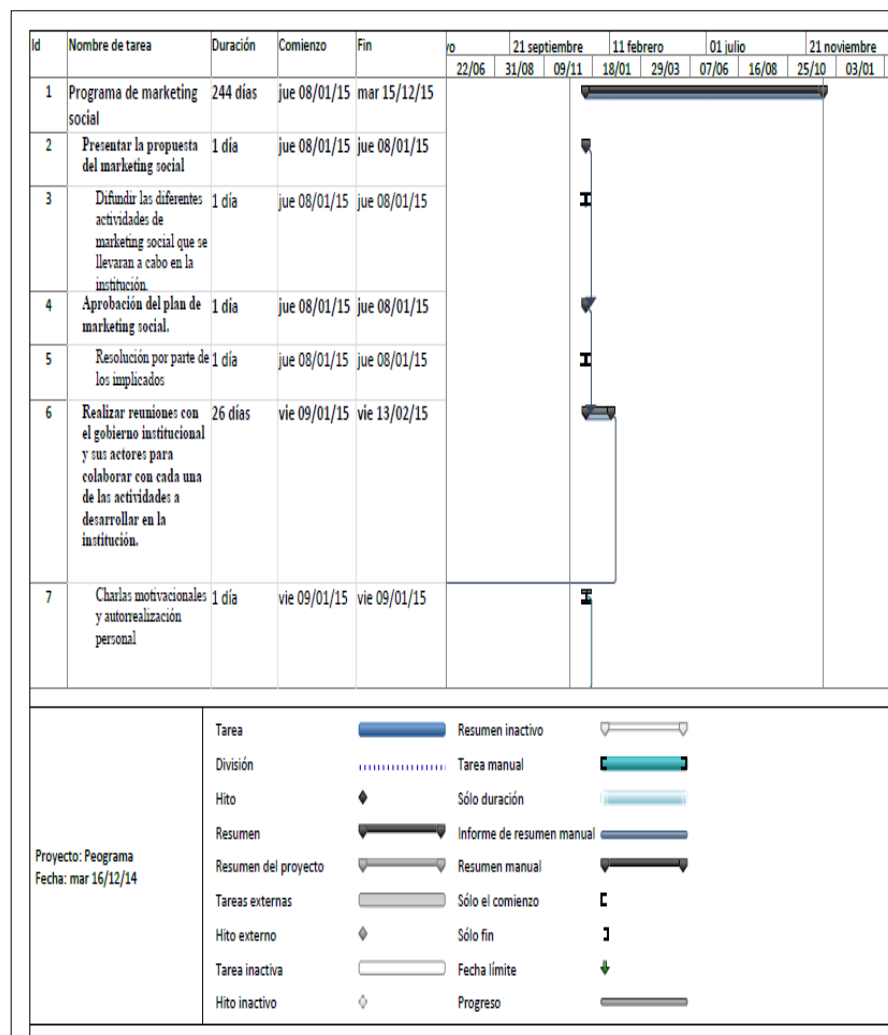
##### **4.2.3.3.3.2. Objetivos específicos:**

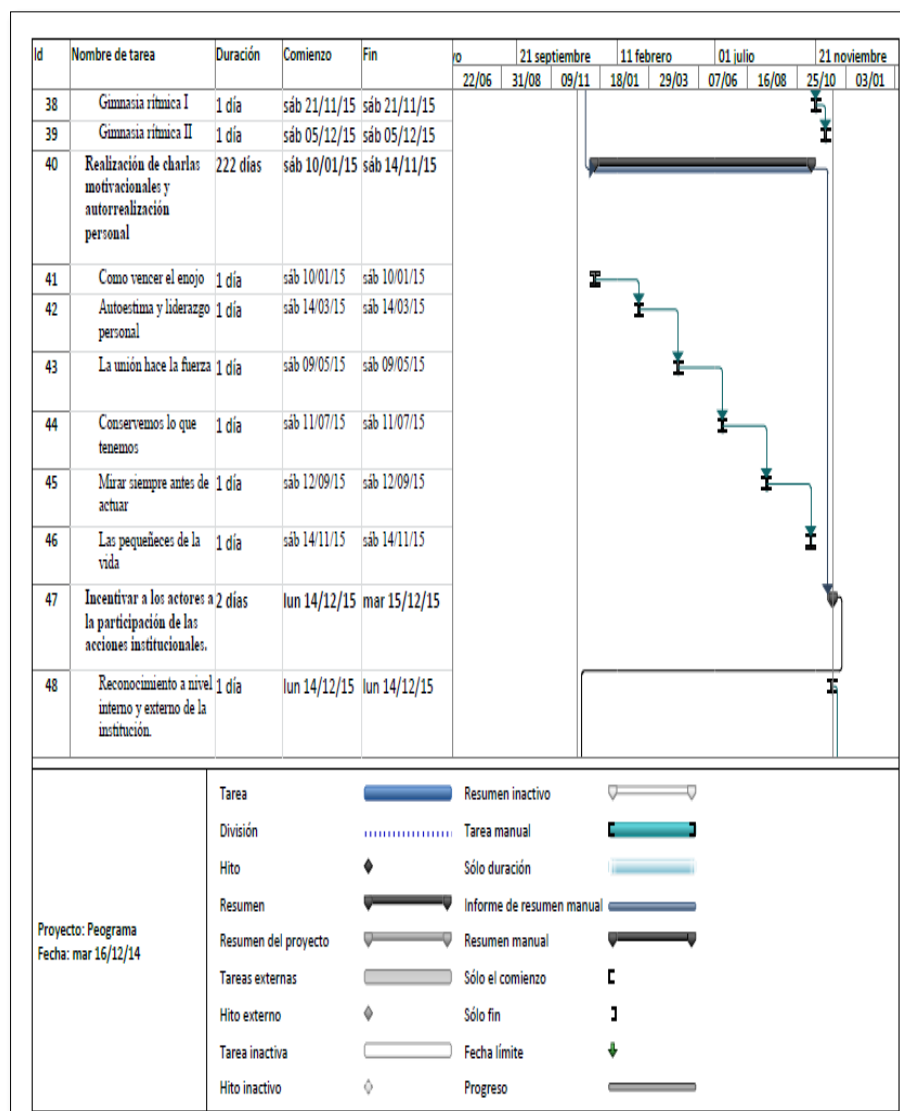
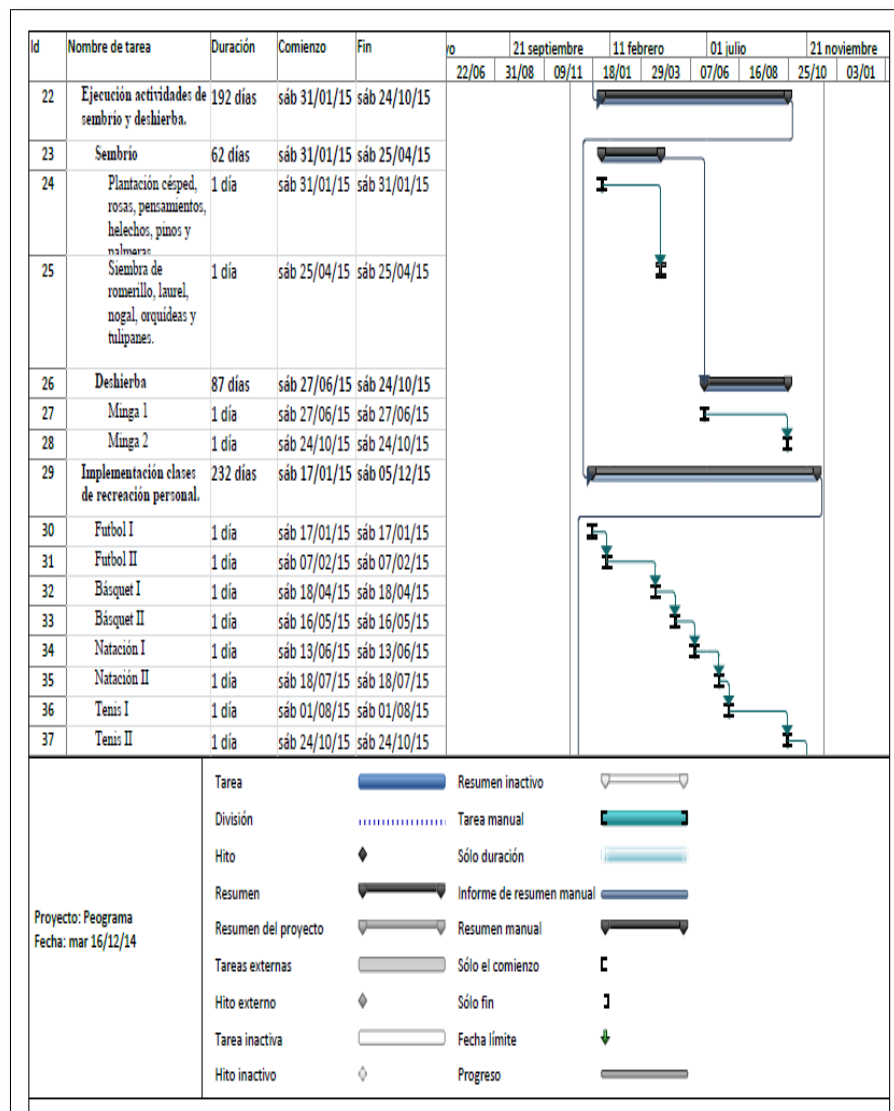
- Determinar la situación actual de los actores institucionales para establecer un cambio de actitud a través del marketing social
- Diseñar programas de marketing social
- Impartir campañas de concientización social dentro y fuera de la institución.

##### **4.2.3.3.4. Programa de marketing social**

El programa de marketing social a implementar en la Espoch tiene como finalidad hacer partícipe a todos los actores (docentes, empleados y trabajadores) a la interacción de las distintas actividades a desarrollarse y por ende a trabajar mancomunadamente con el gobierno institucional, como una forma de integración no solo profesionalmente si no como también humanísticamente; los responsables de la ejecución del programa serán la comisión de planificación, comisión de vinculación y el gobierno institucional.

#### 4.2.3.3.4.1. Hoja de ruta del programa de marketing social







#### 4.2.3.3.5. Estrategia multicanal

**Tabla # 76: Estrategia 1**

<b>ESTRATEGIA :</b>	<b>Multicanal</b>
<b>OBJETIVO:</b>	Fomentar una cultura de desarrollo microempresarial a las diversas comunidades del cantón.
<b>DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA:</b>	Hacer partícipe a los docentes empleados y trabajadores socializando los diferentes conocimientos adquiridos por los mismos, en las áreas académicas, de vinculación e investigación.
<b>LAS TACTICAS A DESARROLLAR SON:</b>	Realizar capacitaciones a las diversas comunidades del cantón Riobamba en las diferentes áreas requeridas por las mismas, ayudándole de esta forma a la superación microempresarial.
<b>DESCRIPCIÓN DE LA TÁCTICA</b>	Las capacitaciones se realizarán al finalizar cada semestre, con el fin de no interrumpir las actividades y funciones que los diferentes actores realizan.

**Fuente:** Espoch

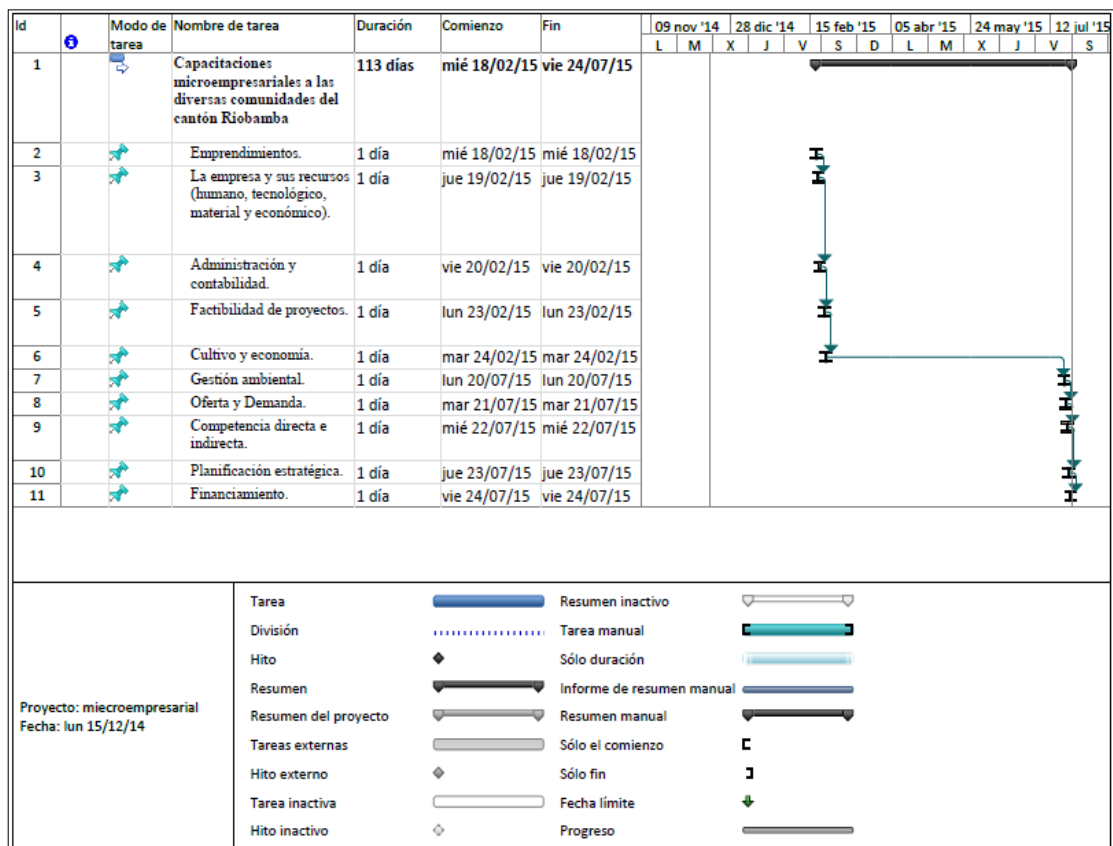
**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

La presente estrategia de marketing social, trata de fomentar una cultura de desarrollo microempresarial a las diversas comunidades del cantón Riobamba; en donde los docentes, empleados y trabajadores sean partícipes en la socialización de conocimientos, con los presentes sectores vulnerables de la localidad, trabajando conjuntamente con el gobierno institucional de la Espoch; se realizarán capacitaciones con temas semejantes a las necesidades planteadas por las comunidades, ayudando de esta forma a la superación microempresarial, los capacitadores serán rotativos para que todos quienes conforman la Espoch tenga la oportunidad de formar parte de este tipo de actividades.

Las capacitaciones se llevaran a cabo al finalizar cada semestre, es decir, en los meses de febrero y julio, por cinco horas diarias durante una semana, el responsable de llevar a cabo son el departamento de talento humano, comisión de vinculación y comisión de planificación; los mismos que detallaran un informe al finalizar cada actividad.



#### 4.2.3.3.5.1. Hoja de ruta de las capacitaciones microempresariales a las diversas comunidades del cantón Riobamba.



#### 4.2.3.3.6. Estrategia de reforestación

Tabla # 77: Estrategia 2

<b>ESTRATEGIA :</b>	<b>Reforestación</b>
<b>OBJETIVO:</b>	Mejorar las áreas verdes de los distintos parques aledaños a la institución, así como también los espacios internos de la misma.
<b>DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA:</b>	Trabajar conjuntamente con el gobierno institucional y los diferentes actores en la reforestación de los diversos parques que existen alrededor de la Espoch y campus académico.
<b>LAS TACTICAS A DESARROLLAR SON:</b>	Efectuar actividades de sembrío y realizar mingas periódicas para la conservación de las áreas verdes.
<b>DESCRIPCIÓN DE LA TÁCTICA</b>	El trabajo se realizara de una forma mancomunada con los diferentes actores de la Espoch y el gobierno institucional, en el sembrío de plantas ornamentales.

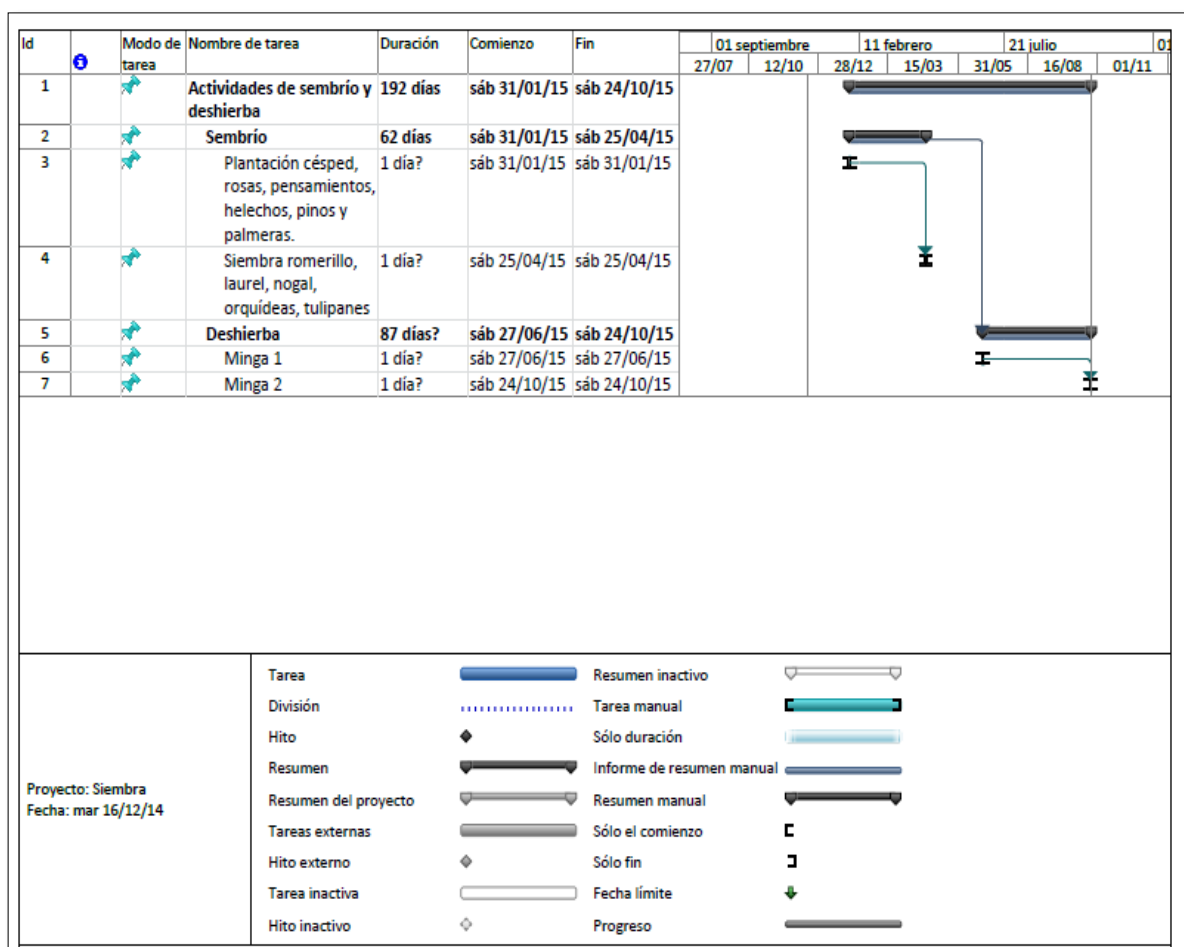
Fuente: Espoch

Elaborado por: Caiza Cristina & López Mary



La presente estrategia lo que busca es lograr a través de la sensibilización y concientización de la comunidad educativa, la conservación y el mejoramiento de las áreas verdes tanto de los parques aledaños de la Espoch como dentro de la misma, para lo cual se trabajara conjuntamente con el gobierno institucional, docentes, empleados y trabajadores, los mismos que participaran en jornadas ambientales y en la siembra de plantas ornamentales, árboles nativos protectores que eviten los deslizamientos, así como también la plantación de jardines que embellezcan la institución y sus alrededores. El responsable de esta actividad será la facultad de recursos naturales y la comisión de planificación, el trabajo se realizara en dos fases la primera será el sembrío de las plantas y la segunda la deshierba, actividades que se llevaran a cabo cuatro veces en el año, en los meses de enero, abril, junio y julio.

#### 4.2.3.3.6.1. Hoja de ruta de las actividades de sembrío y deshierba



#### 4.2.3.3.7. Estrategia de aprendizaje de recreación deportiva

**Tabla # 78: Estrategia 3**

<b>ESTRATEGIA :</b>	<b>Recreación deportiva</b>
<b>OBJETIVO:</b>	Fomentar la participación de los docentes, empleados y trabajadores a la recreación deportiva.
<b>DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA:</b>	Hacer partícipe a los diferentes actores de la Espoch en la recreación deportiva, generando de esta forma interacción entre los mismos.
<b>LAS TACTICAS A DESARROLLAR SON:</b>	Realizar clases de recreación deportiva de manera ocasional en las distintas disciplinas: futbol, básquet, tenis, natación, y gimnasia rítmica. Implementar publicidad BTL.
<b>DESCRIPCIÓN DE LA TÁCTICA</b>	Se llevara a cabo un fin de semana de cada mes, con la ayuda del director del centro de educación física de la Espoch, conjuntamente con el gobierno institucional. Se realizará una maratón cada año en el mes de mayo por las fiestas de la institución, haciendo partícipes al gobierno institucional y sus actores.

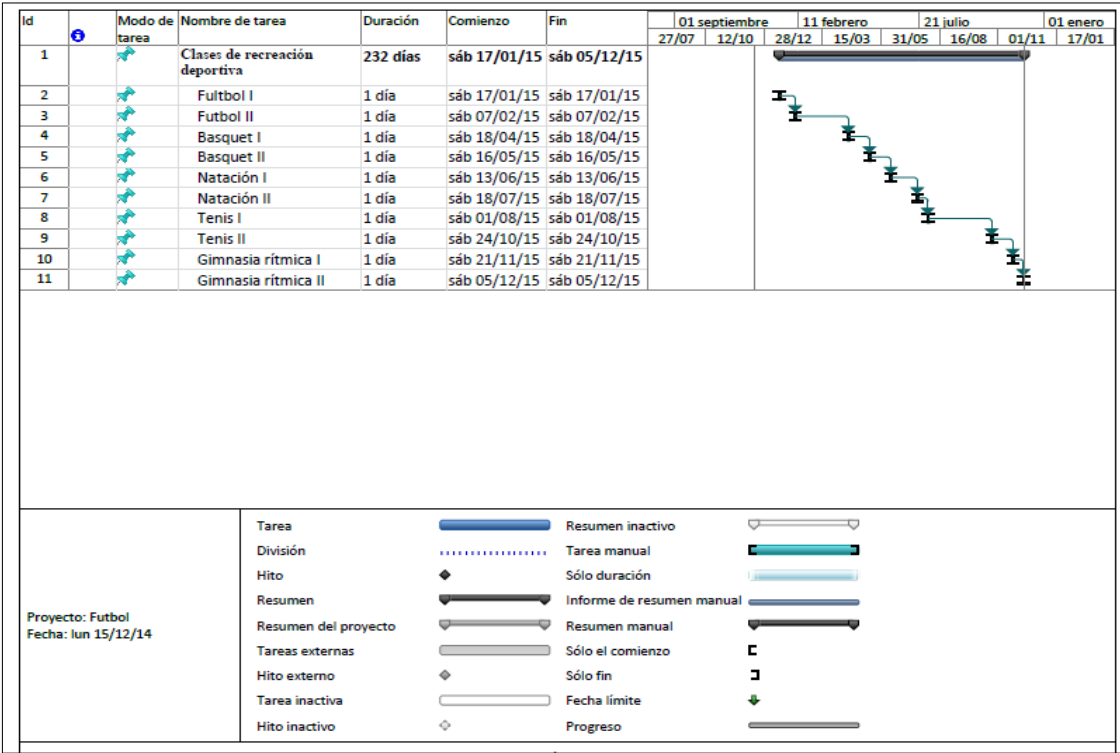
**Fuente:** Espoch

**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

La recreación deportiva implica una amplia gama de actividades que el ser humano puede realizar en su tiempo libre, involucrando la ruptura con lo cotidiano y lo rutinario, fomentando la participación de los diferentes actores (docentes, empleados y trabajadores), de forma rotativa para que todos tengan la oportunidad de ser partícipes de esta actividad recreativa, en donde refleje el estado de ánimo de los mismos, permitiendo de esta forma la interacción con el gobierno institucional, es así que se llevaran a cabo clases de recreación deportiva de manera ocasional en las distintas disciplinas como son; futbol, básquet, tenis, natación y gimnasia rítmica; así también se llevara a cabo una maratón en cada aniversario de la institución.

Estas actividades se desarrollaran un fin de semana de cada mes, como forma de salir de la rutina y de pasar un tiempo ameno y agradable entre todos los participantes, el responsable general de cuya actividad será el director del centro de cultura física, el mismo que contara con sus diferentes coordinadores en las distintas disciplinas, al finalizar cada actividad recreativa presentarán un informe final, ayudando de esta forma a trabajar mancomunadamente con el gobierno institucional, buscando el bienestar humanístico de quienes conforman la Espoch.

4.2.3.3.7.1. Hoja de ruta de las clases de recreación deportiva



4.2.3.3.7.2. Maratón publicidad BTL





#### 4.2.3.3.8. Estrategia de motivación y autorrealización personal

**Tabla # 79: Estrategia 4**

<b>ESTRATEGIA :</b>	<b>Motivación y autorrealización personal</b>
<b>OBJETIVO:</b>	Captar mayor interacción con las personas del centro de rehabilitación social.
<b>DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA:</b>	Tanto el gobierno institucional de la Espoch conjuntamente con los diferentes actores ayudaran a la motivación y autorrealización personal de las personas del centro de rehabilitación social del cantón Riobamba.
<b>LAS TACTICAS A DESARROLLAR SON:</b>	Impartir charlas de motivación y autorrealización personal. Realizar talleres grupales.
<b>DESCRIPCIÓN DE LA TÁCTICA</b>	Se realizara trimestralmente, con grupos rotativos de docentes, empleados y trabajadores de la Espoch. Los talleres grupales serán realizados después de cada tema tratado en las charlas.

**Fuente:** Espoch

**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

La estrategia de motivación y autorrealización personal, busca ayudar a las personas del centro de rehabilitación social del cantón Riobamba, por medio de charlas que les estimulen al desarrollo y progreso humanístico como de superación personal, las mismas que serán dictadas por grupos rotativos de docentes empleados y trabajadores

El responsable del cumplimiento de esta estrategia es el departamento de desarrollo humano, comisión de planificación y comisión de vinculación las cuales serán impartidas trimestralmente, en los meses de febrero, mayo, agosto y noviembre, esta actividad ayudara a mejorar las relaciones humanas de las personas.

Id	i	Modo de tarea	Nombre de tarea	Duración	Comienzo	Fin	01 septiembre		11 febrero		21 julio		01 enero	
							27/07	12/10	28/12	15/03	31/05	16/08	01/11	17/01
1			Charlas de motivación y autorrealización personal.	222 días	sáb 10/01/15	sáb 14/11/15								
2			Como vencer el enojo	1 día	sáb 10/01/15	sáb 10/01/15								
3			Autoestima y liderazgo personal	1 día	sáb 14/03/15	sáb 14/03/15								
4			La unión hace la fuerza	1 día	sáb 09/05/15	sáb 09/05/15								
5			Conservemos lo que tenemos	1 día	sáb 11/07/15	sáb 11/07/15								
6			Mirar siempre antes de actuar	1 día	sáb 12/09/15	sáb 12/09/15								
7			Las pequeñas de la vida	1 día	sáb 14/11/15	sáb 14/11/15								

Proyecto: Charlas rehabilitación

Fecha: mar 16/12/14

Tarea		Resumen inactivo	
División		Tarea manual	
Hito		Sólo duración	
Resumen		Informe de resumen manual	
Resumen del proyecto		Resumen manual	
Tareas externas		Sólo el comienzo	
Hito externo		Sólo fin	
Tarea inactiva		Fecha límite	
Hito inactivo		Progreso	

#### 4.2.4. Estrategia de Competitividad

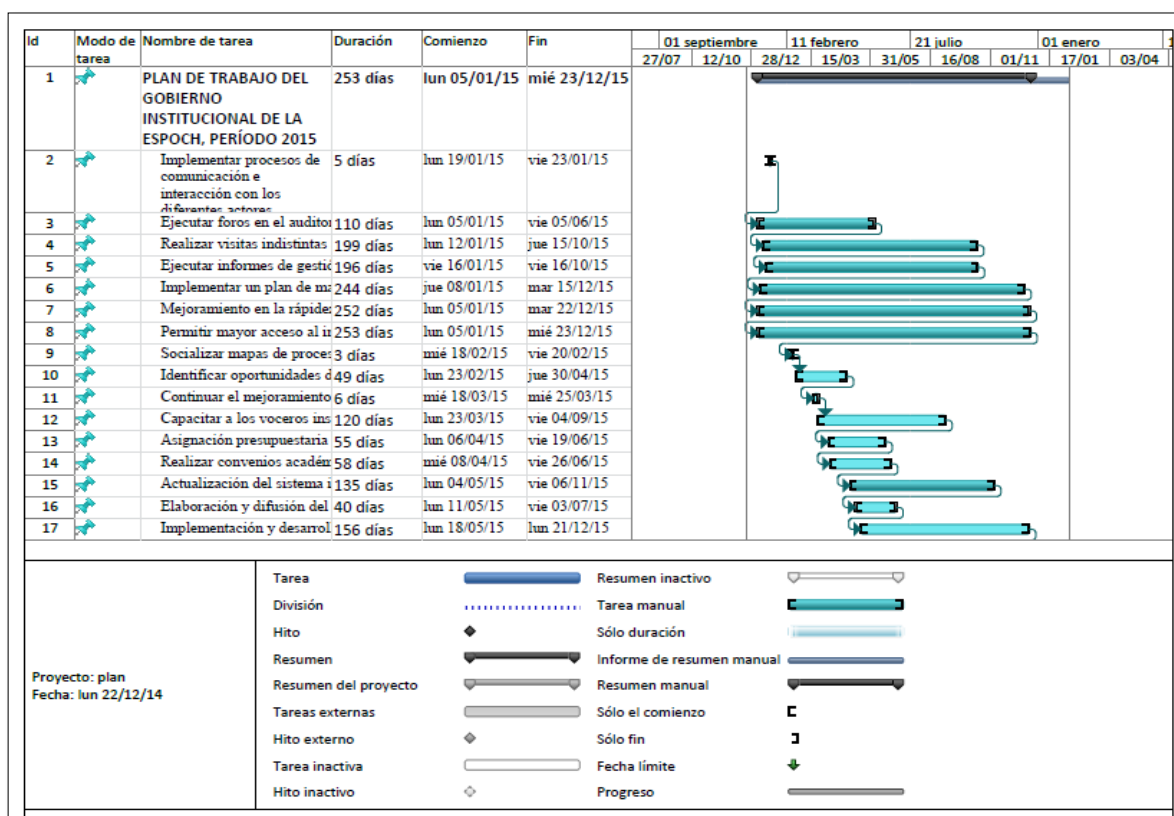
**Tabla # 80: Estrategia 4**

<b>ESTRATEGIA :</b>	<b>Competitividad</b>
<b>OBJETIVO:</b>	Difundir el plan de trabajo establecido para el periodo 2015.
<b>DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA:</b>	Hacer partícipe a los docentes empleados y trabajadores socializando el plan de trabajo planteado para este periodo aceptando los diferentes criterios.
<b>LAS TACTICAS A DESARROLLAR SON:</b>	Diseñar una hoja de ruta de todas las actividades, que llevara a cabo el gobierno institucional. Realizar un POA.
<b>DESCRIPCIÓN DE LA TÁCTICA</b>	Se realizara una hoja de ruta de todas las actividades que llevara a cabo la máxima autoridad de la Espoch. Se realizara un POA para determinar los ingresos y egresos que se llevaran a cabo en la implementación de la propuesta.

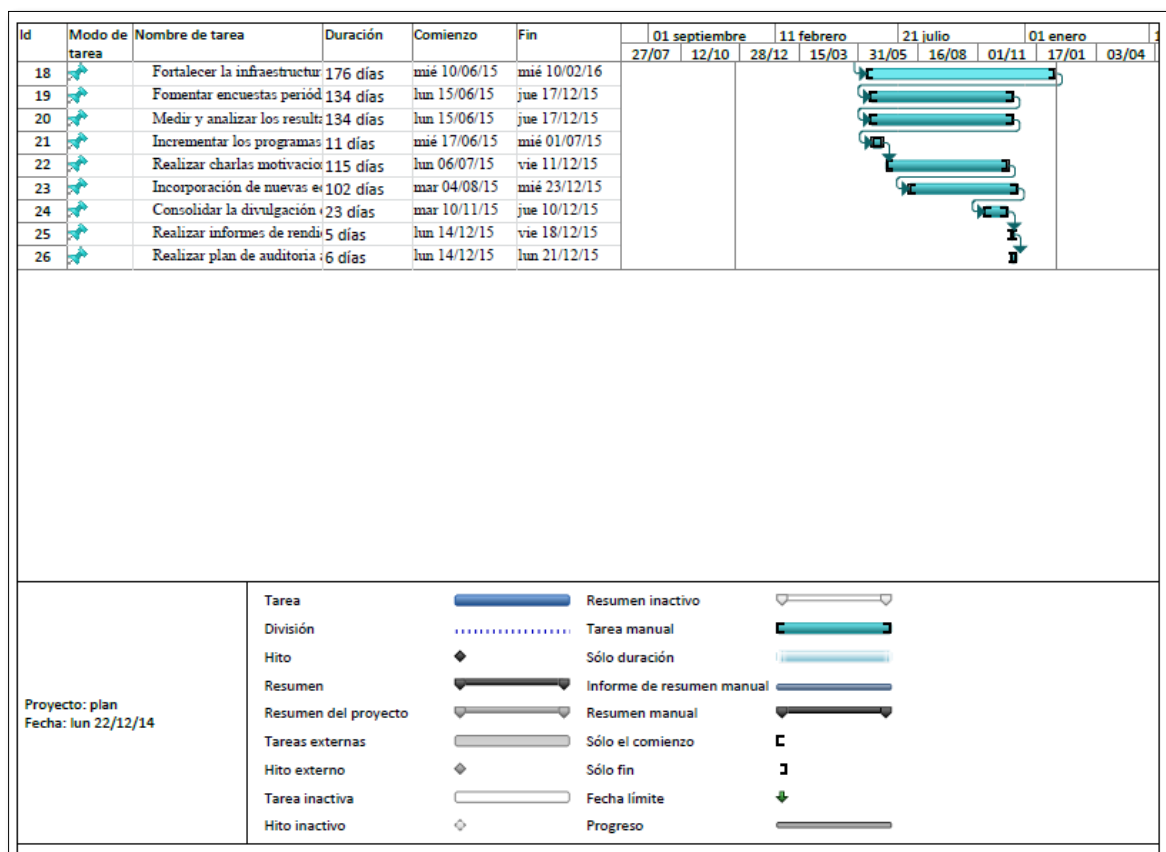
Fuente: Tabla # 71 Hallazgos

Elaborado por: Caiza Cristina & López Mary

##### 4.2.4.1. Hoja de ruta del plan de trabajo establecido para el período 2015







#### 4.2.4.2. Plan Anual Operativo (Poa)

Es un instrumento importante para la gestión al permitir y facilitar la ejecución del plan y el seguimiento al cumplimiento de las actividades, la administración eficaz de los recursos y la adecuada ejecución del presupuesto.

**Tabla # 81: POA**

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>OBJETIVO</b>	<b>RESPONSABLE</b>	<b>FECHA DE INICIO</b>	<b>FECHA DE CULMINACIÓN</b>	<b>PRESUPUESTO</b>
Creación de un perfil en Fan page.	Identificar las inquietudes y dudas que poseen, los diferentes actores (docentes, empleados y trabajadores), de la administración del Gobierno actual.	Relaciones públicas	12/01/2015	23/12/2015	00,00
Creación de un call center.		Relaciones públicas, Rectorado	19/01/2015	21/12/2015	1000,00
Implementación de rendición de cuentas de cada una de las facultades.		Relaciones públicas, Rectorado	08/04/2015	18/12/2015	12000,00
Realizar revistas de informes de gestión.		Relaciones públicas, Rectorado	14/12/2015	18/12/2015	7500,00
Impartir capacitaciones a los voceros.	Informar de los acontecimientos más relevantes de manera precisa a los medios de comunicaciones nacionales e internacionales.	Departamento desarrollo humano	23/03/2015	04/09/2015	750,00
Utilizar publicidad ATL.	Transmitir una imagen positiva del gobierno institucional dentro y fuera de la Espoch.	Relaciones públicas	13/05/2015	20/05/2015	2000,00
Realizar una página en twitter		Relaciones públicas	12/01/2015	23/12/2015	00,00



Realizar capacitaciones a las diversas comunidades del cantón Riobamba en las diferentes áreas requeridas por las mismas, ayudándole de esta forma a la superación microempresarial.	Fomentar una cultura de desarrollo microempresarial a las diversas comunidades del cantón.	Departamento de Desarrollo humano	18/02/2015	24/07/2015	200,00
Efectuar actividades de sembrío y realizar mingas periódicas para la conservación de las áreas verdes.	Mejorar las áreas verdes de los distintos parques aledaños a la institución, así como también los espacios internos de la misma.	Departamento Desarrollo humano, Bienestar político	31/01/2015	24/10/2015	500,00
Realizar clases de recreación deportiva de manera ocasional en las distintas disciplinas: futbol, básquet, tenis, natación, y gimnasia rítmica.	Fomentar la participación de los docentes, empleados y trabajadores a la recreación deportiva.	Centro de educación física	17/01/2015	05/12/2015	300,00
Publicidad BTL		Relaciones públicas	04/05/2015	20/05/2015	200,00
Impartir charlas de motivación y autorrealización personal.	Captar mayor interacción con las personas del centro de rehabilitación social.	Departamento Desarrollo humano	10/01/2015	14/11/2015	200,00

Realizar talleres grupales.		Departamento Desarrollo humano	06/02/2015	12/11/2015	100,00
Realizar encuestas periódicas para conocer el índice de satisfacción de los implicados.	Realizar el seguimiento del gobierno institucional.	Departamento desarrollo humano, Relaciones públicas	15/06/2015	17/12/2015	100,00
Ejecutar foros en el auditorio general.	Reforzar el vínculo del gobierno institucional con cada uno de los actores de la Espoch	Comisión de planificación, Relaciones públicas	05/01/2015	05/06/2015	200,00
Realizar visitas indistintamente a los diferentes actores.		Rectorado, Relaciones públicas	12/01/2015	15/10/2015	100,00
Realizar charlas motivacionales.	Lograr la satisfacción plena del recurso humano dentro de la institución en cada una de sus funciones.	Departamento desarrollo humano	06/07/2015	11/12/2015	1500,00

**Fuente:** Agencia publicitaria & Conferencistas

**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

#### 4.2.5. Estrategia de seguimiento

**Tabla # 82: Estrategia 5**

<b>ESTRATEGIA:</b>	Seguimiento del gobierno institucional.
<b>OBJETIVO:</b>	Realizar el seguimiento del gobierno institucional.
<b>DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA:</b>	Medir los resultados alcanzados en la aplicación de los procesos comunicacionales para posicionar la imagen institucional en los diferentes actores.
<b>LAS TACTICAS A DESARROLLAR SON:</b>	Realizar encuestas periódicas para conocer el índice de satisfacción de los implicados.
<b>DESCRIPCIÓN DE LA TÁCTICA</b>	Elaborar cuestionarios de seguimiento que permitan determinar el nivel de satisfacción, para así poder desarrollar estrategias semestralmente que nos permitan mejorar continuamente en las actividades de la institución.

**Fuente:** Tabla # 71 Hallazgos

**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

##### 4.2.5.1. Formulario de satisfacción a docentes.

**Tabla # 83: Formulario 1**

Nº-	Preguntas	SI	NO
1	¿Usted como docente se siente parte de la institución?		
2	¿Existen políticas orientadas a la selección, inducción, formación capacitación y evaluación de los docentes?		
3	¿Son adecuadas las condiciones físicas del ámbito en el cual se desempeña el docente?		
3	¿Se siente identificado con el trabajo que realiza?		
4	¿El trabajo que usted realiza le permite utilizar plenamente sus habilidades y conocimientos?		
5	¿Se siente a gusto de pertenecer a la Espoch?		
6	¿El gobierno institucional de la Espoch valora el trabajo que desempeña?		
7	¿La máxima autoridad de la Espoch, se interesa por el bienestar de la planta docente?		

**Fuente:** Tabla # 71 Hallazgos

**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

#### 4.2.5.2. Formulario de satisfacción a empleados.

**Tabla # 84: Formulario 2**

Nº-	Preguntas	SI	NO
1	¿Se siente usted satisfecho con la función que desempeña dentro de la institución?		
2	¿El gobierno institucional vela por las condiciones ambientales y de higiene de sus empleados?		
3	¿Mantiene usted buenas relaciones de trabajo con todos sus compañeros?		
4	¿El personal participa en la toma de decisiones para la institución?		
5	¿Se siente usted en confianza con todos los integrantes de la institución en donde trabaja?		
6	¿Se considera valorado por el trabajo que realiza?		
7	¿El gobierno institucional escucha las opiniones y sugerencias de los empleados?		

**Fuente:** Tabla # 71 Hallazgos

**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

#### 4.2.5.3. Formulario de satisfacción a trabajadores.

**Tabla # 85: Formulario 3**

Nº-	Preguntas	SI	NO
1	¿Está usted satisfecho con su trabajo?		
2	¿Percibe usted un buen clima laboral dentro de la institución?		
3	¿Existe igualdad en la asignación de beneficios para todos los trabajadores?		
4	¿Realizan actividades culturales, deportivas o sociales dentro de la institución para fomentar el compañerismo?		
5	¿Existe una adecuada comunicación entre el gobierno institucional y usted?		
6	¿Es necesario para usted el incentivo monetario (recompensa) para el aumento de la motivación y para el cumplimiento de las tareas asignadas?		

**Fuente:** Tabla # 71 Hallazgos

**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

#### 4.2.6. Estrategia de participación institucional

**Tabla 86: Estrategia 6**

<b>ESTRATEGIA:</b>	Participación democrática institucional.
<b>OBJETIVO:</b>	Reforzar el vínculo del gobierno institucional con cada uno de los actores de la Epoch
<b>DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA:</b>	Permitir mayor interacción entre el gobierno institucional los docentes, empleados y trabajadores, para obtener una retroalimentación de forma directa.
<b>LAS TACTICAS A DESARROLLAR SON:</b>	Ejecutar foros en el auditorio general. Realizar visitas indistintamente a los diferentes actores.
<b>DESCRIPCIÓN DE LA TÁCTICA</b>	Los foros se llevaran a cabo cada quince días, con fechas diferentes tanto para los docentes, empleados y trabajadores, con el propósito de fortalecer la comunicación con el gobierno institucional. Las visitas ayudaran que el gobierno institucional mantenga una interacción directa con cada uno de los implicados, y de esta forma pueda conocer las inquietudes y sugerencias que cada uno de ellos poseen.

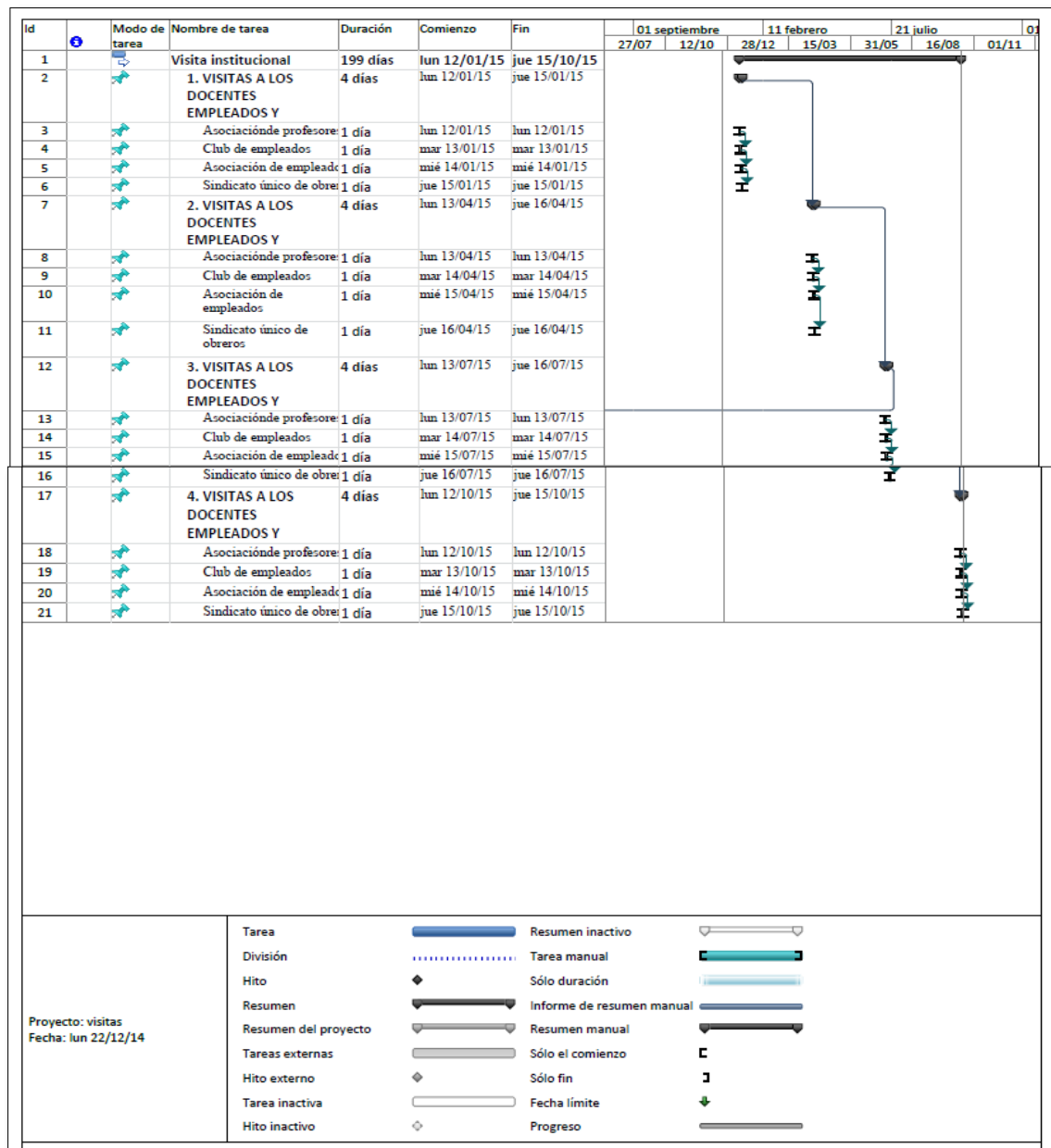
**Fuente:** Tabla # 71 Hallazgos

**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

##### 4.2.6.1. Hoja de ruta de los foros en el auditorio general



#### 4.2.6.2. Hoja de ruta de las visitas a los diferentes actores



#### 4.2.7. Estrategia marketing interno

**Tabla # 87: Estrategia 7**

<b>ESTRATEGIA:</b>	Marketing interno
<b>OBJETIVO:</b>	Lograr la satisfacción plena del recurso humano dentro de la institución en cada una de sus funciones.
<b>DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA:</b>	Se trata de enriquecer el ambiente de trabajo, mediante la motivación constante del personal, los mismos que serán capaces de adaptarse a las necesidades institucionales.
<b>LAS TACTICAS A DESARROLLAR SON:</b>	Realizar charlas motivacionales. Aplicar empowerment.
<b>DESCRIPCIÓN DE LA TÁCTICA</b>	Incentivar las expectativas de cada uno de los actores propiciando en ellos nuevas metas, proyectos y funciones que eviten la monotonía en el trabajo. Saber delegar funciones de manera efectiva, es decir, generar confianza en los implicados.

**Fuente:** Tabla # 71 Hallazgos

**Elaborado por:** Caiza Cristina & López Mary

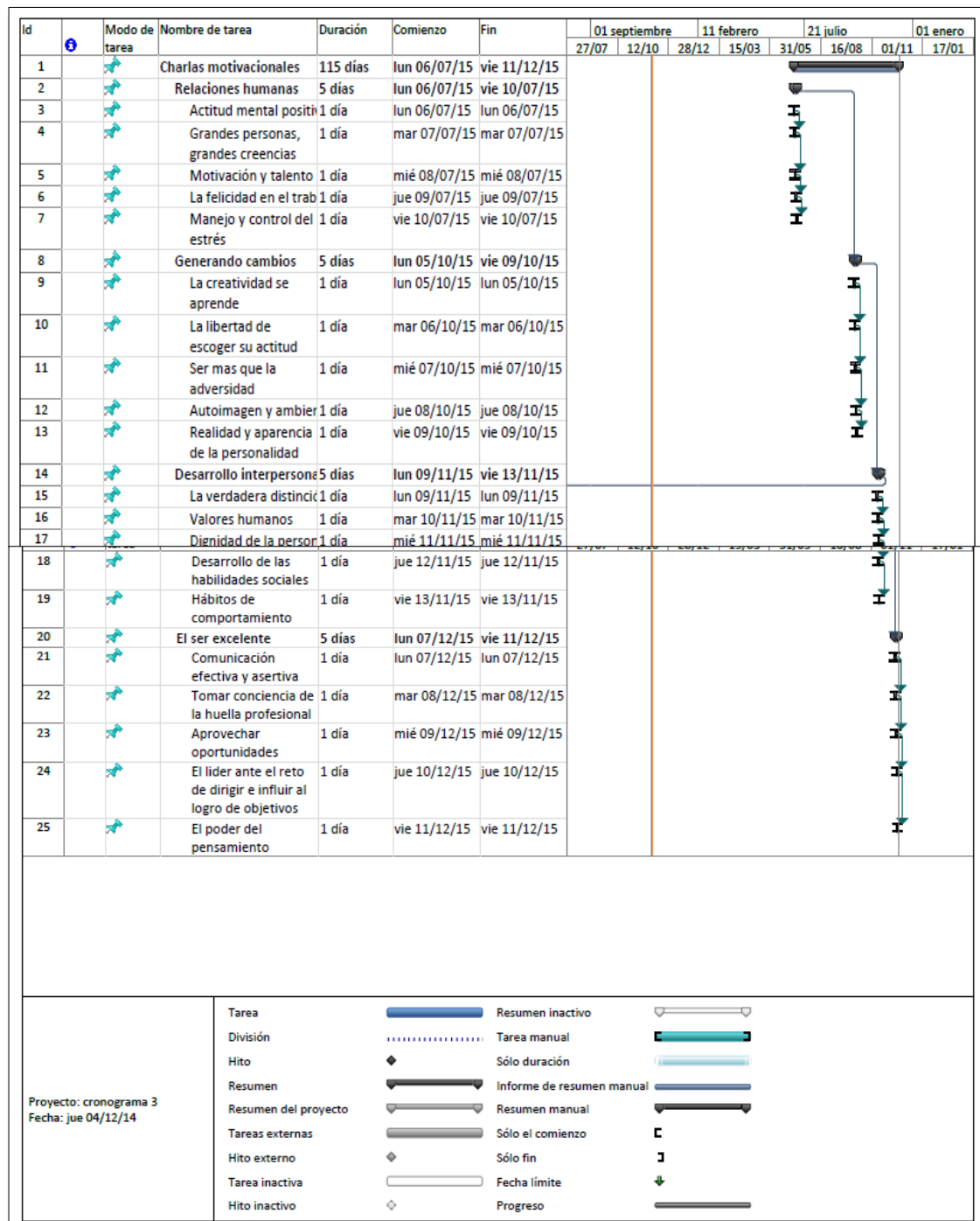
##### 4.2.7.2. Marketing interno de la Espoch

El marketing interno de la Espoch proporciona que la institución venda su óptica, objetivos y valores, que permitan incrementar la motivación en el trabajo, pero a la vez logrando hacer sentir a los docentes, empleados y trabajadores satisfechos y productivos.

Para conseguir la sostenibilidad de la institución es necesario implantar cursos de capacitación permanente, de acuerdo a su especialidad y motivaciones personales, considerando que el factor humano es la clave de su desarrollo y éxito por lo que debe movilizarse a toda la inteligencia disponible para lograr el objetivo buscado.




Esta nueva forma de gestión en la que predica el marketing interno tiene como objetivos primordiales la motivación e integración de los actores quienes así se responsabilizarán mejor de su propio trabajo y tratarán de dar lo mejor de sí, en cuanto sientan que son importantes y tienen valor para la institución.

#### 4.2.7.1. Hoja de ruta de actividades de las charlas motivacionales





**Tabla # 88: Identificación de los servicios de la Espoch**


SERVICIOS	FÍSICO	SIMBÓLICO	PROMESA
<b>Centro de Atención Integral En Salud</b>  	La unidad, cuenta con los servicios de Medicina, Odontología, Psicología y Emergencia, está atendida por profesionales especialistas en cada una de las áreas básicas de Salud y de probada experiencia.	Garantizada a los miembros de la comunidad educativa, servicios de calidad gratuitos, porque la salud es un derecho de todos.	<p>Los servicios que ofrece la Espoch a la comunidad politécnica, muestra una cultura responsable, satisfactoria de expectativas académicas, permitiendo mayor incremento de participación , y posicionamiento dentro y fuera de la institución.</p>
<b>Comedores</b>  	La Espoch, cuenta con un comedor bien implementado que brinda un servicio de alimentación (desayunos, almuerzos y meriendas) ininterrumpido durante toda la jornada académica.	Se caracteriza por sus alimentos nutritivos, supervisado por profesionales nutricionistas y a precios muy cómodos.	
<b>Librería</b>  	Ofrece todo tipo de útiles básicos para la educación, así como textos especializados, a bajo costo.	Es una propuesta de formación, investigación y extensión universitaria en una perspectiva crítica, plural y transformadora en el marco de la comunidad politécnica.	
<b>Piscina</b>  	Piscina semi olímpica con agua temperada, hidromasaje, baños turcos y saunas, duchas de agua caliente, bar y restaurante con gran variedad de platos típicos y a la carta.	Agua tratada químicamente con regularidad, control técnico riguroso para garantizar su salud, garantizada por una institución de educación superior.	
<b>Transporte Politécnico</b>  	La Espoch tiene su propia cooperativa de transporte constituida por 31 vehículos, dentro de los cuales tenemos 5 buses que se encargan de movilizar durante todo el día y la noche a estudiantes, y 26 automóviles más que se utilizan para movilizar a empleados y autoridades.	Es importante resaltar que todos los choferes son altamente calificados y así mismo se cuenta con los seguros y permisos correspondientes para dar el servicio.	
<b>Sistema de Bibliotecas</b>	La Espoch cuenta con un Sistema compuesto por 6 Bibliotecas	Difunde la información ya tratada o generada en las diferentes	







	<p>especializadas, apoyadas e interconectadas con tecnologías de primer nivel, donde la automatización de la gestión de los procesos y servicios, han permitido entregar a nuestros usuarios un óptimo servicio de información bibliográfico.</p>	<p>Unidades, con un servicio de calidad y acorde a las necesidades de la comunidad politécnica.</p>	
<p><b>Gasolinera Politécnica</b></p> 	<p>La Gasolinera Politécnica es una Unidad Productiva, cuyo objetivo principal es la comercialización directa de combustibles, además de servir como un laboratorio de prácticas para los alumnos de las distintas facultades de la Espoch.</p>	<p>Responder a los clientes con la más óptima calidad en productos y servicios, contribuyendo al desarrollo económico social y ambiental de la Espoch y la Provincia.</p>	
<p><b>Unidad de Seguridad y Servicios</b></p> 	<p>Se fundamenta en el resultado del análisis serio y objetivo de la institución y el conocimiento de los peligros presentes y potenciales, no de actos precipitados que a nada diferente conduce, que no sea al desorden, el caos y al final a una crisis sin horizonte de salida.</p>	<p>Planificar y ejecutar las medidas de seguridad con conocimiento pleno de la situación de las instalaciones o lugares a protegerse de forma precisa, oportuna, evitando la destrucción, robo, cuidando que no exista fuga de información de las estrategias a emplearse.</p>	


Fuente: [www.espoch.edu.ec](http://www.espoch.edu.ec)

Elaborado por: Caiza Cristina & López Mary

**Tabla # 89: Identificación de los servicios web de la Espoch**

SERVICIOS WEB	FÍSICO	SIMBÓLICO	PROMESA
<p><b>Instituto de Postgrado y Educación Continua Espoch</b></p>  <p><b>IPEC</b></p>	<p>Al momento se está ejecutando seis maestrías, una especialización en medicina familiar y comunitaria. Por otro lado estamos ofertando más de 20 cursos de Educación, continua.</p>	<p>Forma profesionales competitivos, emprendedores, conscientes de su identidad nacional, para contribuir al desarrollo sustentable de nuestro país</p>	

<b>Infraestructura de Datos Espaciales</b> 	<p>Es un sistema informático integrado por un conjunto de servicios, que ayudan a gestionar Información Geográfica, que permiten que un usuario, utilizando un mismo navegador, pueda utilizarlos y combinarlos según su necesidad.</p>	<p>Es la oportunidad de reutilizar la Información Geográfica generada en un proyecto para otras finalidades diferentes, dado el alto coste de su producción.</p>	<p>Interactuar de forma efectiva, eficaz, y eficiente con toda la comunidad politécnica con el fin de hacer uso de todos los medios virtuales con los que cuenta la institución, para un mejor desempeño académico y una comunicación rápida y efectiva, optimizando recursos.</p>
<b>OASIS ESPOCH</b> 	<p>Se obtiene información sobre los pensums de cada carrera, permiten que los estudiantes revisen sus notas, datos personales, al igual que a los docentes acceden a revisar la lista de sus alumnos, ingresar notas, entre otras cosas.</p>	<p>Representa un medio importante para el desarrollo e implementación del mejoramiento de todos los factores internos de la Espoch.</p>	
<b>Evaluación Institucional</b> 	<p>Brinda información concerniente a los procesos de evaluación de nuestra Escuela Superior Politécnica de Chimborazo y ofrecer un mejor servicio e información a las(os) académicas(os), administrativos(as), estudiantes y público en general.</p>	<p>Está orientada a la formación integral del estudiante y como una estrategia de mejoramiento de la calidad educativa, así como también proporciona al docente información para reorientar sus prácticas pedagógicas.</p>	
<b>Recursos Humanos</b> 	<p>Es un sistema o proceso de gestión que se ocupa de seleccionar, contratar, formar, emplear y retener al personal de la institución para un mejor crecimiento de la misma.</p>	<p>El personal que labora en la Espoch valora el papel de los incentivos para potenciar la motivación laboral como herramienta en el mejoramiento del clima organizacional dentro de la institución.</p>	
<b>Educación Virtual</b> 	<p>Es un espacio exclusivo para los alumnos de los diferentes niveles, el mismo que ofrece información adicional, contacto interactivo de los alumnos con los docentes y entre los mismos alumnos para compartir sus experiencias, ofrece también acceso a informes, notas, artículos y libros.</p>	<p>Es una plataforma educativa que permite brindar capacitación y formación a través de los recursos tecnológicos que ofrece internet, disponible para la realización de actividades específicas y se ingresa solamente mediante usuarios habilitados para cada actividad.</p>	
<b>Bienestar Politécnico</b> 	<p>Este departamento ofrece becas institucionales, servicio de atención Integral de Salud, servicio de alimentación, Educación inicial y cuidado Infantil, entre otros.</p>	<p>Promover el bienestar y desarrollo humano de todos los integrantes de la comunidad politécnica.</p>	

<p><b>Bolsa de Empleo</b></p> 	<p>La Unidad de Inserción Laboral y Seguimiento de los Egresados, busca ofertar los servicios profesionales de nuestros egresados y aún más nuestros titulados, quienes buscan fortalecer la producción nacional.</p>	<p>Todos los Egresados/Titulados de la Espoch, tienen la oportunidad de ofertar sus servicios, mediante este mecanismo de seguimiento.</p>	
---	---	--	--

Fuente: [www.espoch.edu.ec](http://www.espoch.edu.ec)

Elaborado por: Caiza Cristina & López Mary

#### 4.2.8. Estrategia de diversificación

**Tabla # 90: Estrategia 8**

<b>ESTRATEGIA:</b>	Diversificación
<b>OBJETIVO:</b>	Potenciar a cada uno de los actores a la convivencia en las diferentes actividades que se realizan en la institución.
<b>DESCRIPCIÓN DE LA ESTRATEGIA:</b>	Añadir nuevas actividades en donde puedan ser partícipes los docentes, empleados y trabajadores, con el propósito de enfrentar cada uno de los obstáculos que se presentan día a día dentro de la institución.
<b>LAS TACTICAS A DESARROLLAR SON:</b>	Realizar proyectos de vinculación con la colectividad. Realizar proyectos de investigación. Efectuar convenios con empresas nacionales e internacionales. Generar convenios con otras universidades nacionales e internacionales.
<b>DESCRIPCIÓN DE LA TÁCTICA</b>	En esta táctica se pretende trabajar conjuntamente gobierno institucional y actores los mismos que puedan realizar proyectos de vinculación e investigación como para de esta forma contribuir al desarrollo de la Espoch.

Fuente: Tabla # 71 Hallazgos

Elaborado por: Caiza Cristina & López Mary

##### 4.2.8.1. Requisitos para realizar proyectos de investigación y vinculación

1. Solicitud por los interesados a la respectiva Facultad
2. Acta de creación del grupo que debe contener:
  - a. Nombre del grupo
  - b. Antecedentes
  - c. Justificación
  - d. Misión
  - e. Visión
  - f. Objetivos
  - g. Integrantes, compromisos y responsabilidades
3. Reglamento Interno de funcionamiento (No necesario para iniciar el grupo).

Esta documentación debe ser presentada al decano de la facultad quien lo analizará con la comisión de Investigación y la comisión de vinculación de la facultad y emitirá un informe a cada una de las unidades para su aprobación.

## CONCLUSIONES

- La Escuela Superior Politécnica de Chimborazo cuenta con un gran prestigio institucional tanto a nivel nacional como internacional, por la calidad de servicios que presta; así como también la excelencia de profesionales.
- Los docentes, empleados y trabajadores, consideran que el gobierno institucional de la Espoch no mantiene una interacción directa con los mismos, por lo que la comunicación es desfavorable para el progreso de la institución, y además los niveles de asesoramiento con los que cuenta la máxima autoridad son medianamente suficientes.
- Cabe mencionar que los problemas que se presentan en la institución no son resueltos de forma oportuna e inmediata, generando así una insatisfacción por parte de quienes conforman la Espoch, así como también existe una falta de liderazgo por parte del gobierno institucional.
- Una vez realizado la investigación de mercados, se puede acotar que mediante las opiniones de los docentes, empleados y trabajadores, la Espoch no ha progresado significativamente con la actual administración, por lo tanto los objetivos planteados no han sido alcanzados en un 100%.
- Casi en su totalidad los docentes de la Espoch no realizan proyectos de investigación y vinculación, por el motivo de que existe poco apoyo por parte del gobierno institucional.
- El gobierno institucional de la Espoch, presenta problemas internos, generados por la falta de evaluaciones a la máxima autoridad y por ende la escasa retroalimentación con los diferentes actores (docentes, empleados y trabajadores).

## **RECOMENDACIONES**

- Implementar capacitaciones constantes a las máximas autoridades de la Espoch, para lograr un mayor desempeño laboral acorde a las necesidades que la institución requiera.
- Realizar informes de rendición de cuentas trimestralmente, con el fin de dar a conocer a toda la comunidad politécnica de todas las actividades que se está efectuando, y así como también de las diferentes funciones que el gobierno institucional lleva a cabo en cada una de las facultades.
- Hacer partícipe a los docentes empleados y trabajadores del plan de trabajo planteado para el periodo 2015, aceptando los diferentes criterios que cada uno de ellos aporten.
- Crear un perfil en fan page para uso exclusivo del gobierno institucional, página que contendrá la información básica de la administración, priorizando los temas de mayor relevancia, con la ayuda de los voceros institucionales.
- Implementar un call center, en donde el gobierno institucional podrá informarse de todo lo que acontezca dentro y fuera de la institución, además es importante implementar el marketing social y de gobernabilidad, con el fin de contribuir con la Espoch y la sociedad en general.
- El gobierno institucional de la Espoch debería implementar los cambios propuestos, los cuales le permitan monitorear eficientemente la gestión de sus recursos, captando la información y la medición de resultados laborales de los actores.

## BIBLIOGRAFIA

- Alcaraz, R., (2011). *El emprendedor de éxito*, (4ta ed.). México: McGraw – Hill.
- Amaru, A., (2009). *Fundamentos de administración: Teoría general y proceso administrativo*, (1era ed.). México: Pearson.
- Andreasen, (1994). *Social marketing in the social change marketplace, journal of public policy and marketing*, (vol.21).Chicago: Primavera.
- Arias, J., (2010). *La competencia*, tomado de: <http://jennyarias03.blogspot.com/2010/06/la-competencia.html>.
- Asamblea Nacional Constituyente, (2008). *Constitución de la República del Ecuador*, tomado de: <http://www.utelvt.edu.ec/NuevaConstitucion.pdf>.
- Asamblea Nacional Constituyente, (2010). *Ley Orgánica de Educación Superior*. Quito: CES, tomado de: <http://www.ces.gob.ec/descargas/ley-organica-de-educacion-superior>.
- Ávalos, M., Figueroa, M., Galván, Y., García, R., Gómez, L., Téllez, J., & López, E., (2004). *Metodología de las ciencias*, (1er ed.). México: Umbral.
- Baptista, M., León, M., & Mora, C., (2010). *Neuromarketing: conocer al paciente por sus percepciones*, tomado de: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3398011>.
- Barranco, F., (2003). *Marketing político*, tomado de: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=221201>.
- Barrientos P., (2010). *El marketing del partido político en el gobierno*, tomado de: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3236900>.
- Barrau, M., & Gracia, M., (2000). *Investigación comercial*, (1era ed.). España: Getafe.
- Benassini, M., (2001). *Introducción a la investigación de mercados*, (1ra ed.). México: Pearson.
- Bernal, C., (2006). *Metodología de la investigación, para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*, (2da ed.). México: Pearson.
- Carvajal, I. (2003). “*La Calidad Universitaria y los Procesos de Evaluación, Criterios e Indicadores para los procesos de evaluación de la Calidad de las Instituciones de Educación Superior*”, Quito: CONUEP.
- Casado, A., & Rubio, R., (2010). *Introducción al marketing: Teoría y práctica*, (1era. ed.). España: Club universitario.

Cegarra, J., (2012). *La tecnología*, (1era ed.). Madrid: Díaz de Santos.

Chaquilla, S., (2013). *Empresa análisis interno y externo: Factores ambientales, económicos y tecnológicos*, tomado de: <http://www.mailxmail.com/curso-plan-negocios-manual/empresa-analisis-interno-externo-factores-ambientales-economicos-tecnologicos>.

Díaz, F., & García, J., (2004). *Evaluación criterial del área de cálculos*, (1era ed.). España: Praxis.

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, (2007 – 2012). *Estructura orgánica funcional*, tomada de: [http://www.esPOCH.edu.ec/index.php?action=organico\\_funcional](http://www.esPOCH.edu.ec/index.php?action=organico_funcional)

Etzebarria, J., (2009). *Artículo: Definiendo el marketing experiencial o emocional*, tomado de: <http://www.komunika.info/articulos/com-comercial/eventos-ferias-y-plv/definiendo-el-marketing-experiencial-o-emocional/>.

Etzel, M., Stanton, W., & Walker, B., (2000). *Fundamentos de marketing*, (11da ed.). México: McGraw - Hill.

Galdamez, K., (2010). *El cliente, el factor clave del éxito de las empresas*, tomado de: <http://karengaldamez.wordpress.com/2010/09/13/el-cliente-el-factor-clave-del-exito-de-las-empresas/>.

González, M., Garrido, Y., & Proaño, F., (1995). *Escuela Superior Politécnica de Chimborazo: Catálogo General*. Riobamba: Mariscal.

Hair, J. Bush, R., & Ortinau, D., (2009). *Investigación de mercados: En un ambiente de información digital*, (4ta ed.). México: McGraw – Hill.

Hannan, A., & Silver, H., (2006). *La innovación en la enseñanza superior: Enseñanza, aprendizaje y culturas institucionales*. (2da ed.). España: Narcea.

Hartline, M., (2012). *Estrategia de marketing*, (5ta ed.). México: Cengage Learning.

Herreros, A., (1989). *Teoría y Técnica de la Propaganda Electoral*, tomado de: <http://www.todomarketingpolitico.net/2010/03/concepto-de-marketing-politico.html>.

Hitt, M., Black, S., & Porter, L., (2006). *Administración*, (9na ed.). Mexico: Pearson.

Iniesta, L., (2004). *Diccionario de marketing y publicidad*, (1era. ed.). España: Gestión 2000.

Instituto de Investigación y Posgrado, EsPOCH, (2012). *Líneas de Investigación EsPOCH 2012 aprobadas*. Riobamba.

Kerin, R., Berkowitz, E., Hartley, S., & Rudelius, W., (2003). *Marketing*, (7ma ed.). México: McGraw - Hill.



Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M., (2008). *Administración una perspectiva global y empresarial*, (13dcera ed.). México: McGraw – Hill.

Kotler, P., & Armstrong, G., (2001). *Marketing*. (8va ed.). México: Pearson.

Kotler, P., & Lane, K., (2006). *Dirección de marketing*, (12°dc ed.). México: Pearson.

Kotler, P., & Robert, E., (1989). *Social marketing: strategies for changing public behavior*. EUA: Prentice Hall.

Kotler, P., (2012). *Marketing*, (14dcta ed.). México: Pearson.

Lamb, Ch., Hair, J., & McDaniel, C., (2002). *Marketing*, (6ta ed.). México: Thomson.

Lambin, J., Gallucci, C., & Sicurello, C., (2007). *Dirección de marketing, gestión estratégica y operativa del mercado*, (2da ed.). México: McGraw - Hill.

Lenderman, M., & Sánchez, R., (2008). *Marketing Experiencial: La revolución de las marcas*, (1era ed.). España: Esic.

Malhotra, N., (2004). *Investigación de mercados un enfoque aplicado*, (4ta ed.). México: Pearson.

Merino, M., Pintado, T., Sánchez, J., Grande, I., & Estévez, M., (2010). *Introducción a la investigación de mercados*, (1era ed.). Madrid: Esic.

Mohammad, N., (2005). *Metodología de la investigación*, (2da ed.). México: Limusa.

Moreno, I., (1997). *La Epoch sus primeros años en homenaje a su XXV aniversario*. (1era ed.). Quito: Digital DocuTech.

Münch, L., (2007). *Administración: Escuelas, proceso administrativo, áreas funcionales y desarrollo emprendedor*, (1era ed.). México: Pearson.

Ortíz, F., (2004). *Diccionario de metodología de la investigación científica*, (1era ed.). México: Limusa.

Pachón, E., Acosta, F., & Milazzo, M. (2005). *Economía y política 1*, (3era ed.). Colombia: QuebecorWorld.

Paradise, L., (1990). *Manual del marketing Político*, tomado de: <http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=QgcPexrzEh8C&oi=fnd&pg=PA3&dq=marketing+politico&ots=e79YurOT4h&sig=uHJA6A2SjpOkElfuVxLf5a5To#v=onepage&q=marketing%20politico&f=false>.

Pérez, L., (2004). *Marketing social: Teoría y práctica*, (1era ed.). México: Pearson.

Ramírez, C., (2005). *Fundamentos de administración*, (2da ed.). Bogota: Digiprint.

Ramírez, W., (2007). *Manual del marketing Político*, tomado de: <http://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=QgcPexrzEh8C&oi=fnd&pg=PA3&dq=marketing+politico&ots=e79YurOT4h&sig=uHJA6A2SjpOkElfuVxLf5a5To#v=onepage&q=marketing%20politico&f=false>.

Relaciones Públicas, Espoch, (2013). *Informe de Actividades: Enero – Octubre 2013*. Riobamba.

Relaciones Públicas, Espoch, (2014). *Noticias*, tomado de: <http://www.espoch.edu.ec/index.php?action=noticias>

Revista Impulso, (2012). *Escuela Superior Politécnica de Chimborazo 40 Años*. Riobamba: Indugraf.

Rufín, R., & Medina, C., (2012). *Marketing público: Investigaciones, aplicaciones y estrategia*, (1er ed.). España: Gráficas Dehon.

Salkind, N., (1999). *Métodos de investigación*, (3ra ed.). México: Prentice Hall Hispanoamérica.

Sastre, M., (2009). *Diccionario de dirección de empresas y marketing*, (1era ed.). España: Top Printer Plus.

Terry, G., (1984). *Principios de administración*, (7ma ed.). México: Copyright.

Trespalacios, J., Vázquez, R., & Bello, L., (2005). *Investigación de mercados: Métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones en marketing*, (1era ed.). España: Gráficas Rogar.

Tunnermann, B., (2003). *La universidad ante los retos del siglo XXI*. (1era ed.). México: Lib-UADY.

Villarroel, D., (2011). *Informe de Gestión 2006-2011*. Riobamba: Indugraf.

Vocento, (2007). *Marketing de precisión para nuevos públicos*, tomado de: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4474741>.

## Anexos

### Anexo # 1: Oficio enviado al departamento de desarrollo humano



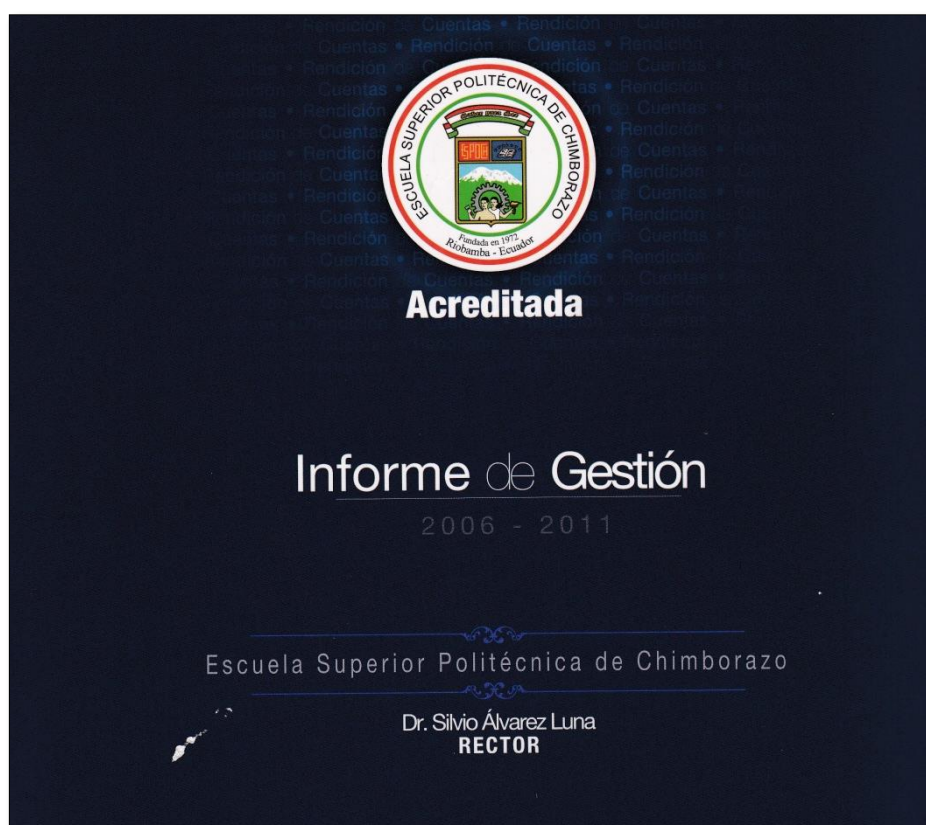
### Anexo # 2: Oficio recibido del departamento de desarrollo humano



### Anexo # 3: Catálogo general



## **Anexo # 4: Informe de gestión 2006 - 2011**



## Anexo # 5: Revista impulso



## Anexo # 6: Formato de presentación de proyectos de investigación ESPOCH


INSTITUTO DE INVESTIGACIONES	
Formato de Presentación de Proyectos de Investigación ESPOCH	
A. DATOS GENERALES	
Nombre del proyecto:	
Realizado por:	
Email de contacto:	
Teléfono:	
Tipo de investigación (Puede seleccionar más de una)	
Sector en el que tendrá impacto el proyecto (Puede seleccionar más de una)	
Área de investigación (de acuerdo a la UNESCO) (Puede seleccionar más de una)	
Línea institucional de investigación	
Duración en meses:	
Fecha de inicio:	
Fecha de finalización:	
Tipo de proyecto:	
Financiación:	
B. PROPUESTA RELACIONADA CON UN PROYECTO EN EJECUCIÓN O YA EJECUTADO	
Título del proyecto anterior:	
Estado:	
Institución ejecutora principal:	
Dirección del proyecto:	
Teléfono:	
Email:	
Fecha de inicio:	
Fecha de finalización:	
Instituciones cofinanciadoras:	
C. LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO	
Localización geográfica dentro del Ecuador en la que el proyecto va a tener impacto	
Tipo de cobertura:	
Descripción:	
D. DATOS DE LAS INSTITUCIONES EJECUTORAS	
ESPOCH:	
Otros instituciones nacionales o internacionales que participan en la ejecución del proyecto:	



Actividades	Mes 1				Mes 2				Mes 3				Mes 4			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Actividad 1																
Actividad 2																

5. MATERIALES Y SUMINISTROS (Materiales fungibles y reactivos necesarios en la ejecución del proyecto)	
MATERIAL / SUMINISTRO	COSTO

## Anexo # 7: Esquema para presentar proyectos de vinculación



Fotografía del proyecto

### TÍTULO DEL PROYECTO

**PROYECTO DE VINCULACIÓN CON LA COLECTIVIDAD**

**FACULTAD/ES:**  
**ESCUELA/S:**

Nombre del Proyecto: (Colocar el nombre del proyecto formulado)			
Duración: (Tiempo total en meses)	Inicio: dd/mm/aa	Fin planificado: dd/mm/aa	Fin Real: dd/mm/aa
Localización (Determinación del lugar en donde se desarrollará el proyecto)			
Área del conocimiento • (Ver el instructivo 1)	Sub Área del conocimiento • (Ver el instructivo 1)	Sub Área Específica • (Ver el instructivo 1)	
Beneficiarios		Indirectos	
Presupuesto Referencial: \$		Presupuesto Ejecutado: \$	

**A. INFORMACIÓN GENERAL**

**1. ÁREA TEMÁTICA DE VINCULACIÓN: (DE ACUERDO A LA UNESCO) (PODRÁ SELECCIONAR MÁS DE UN CAMPO)**

Ciencias Exactas y Naturales	Ingeniería y Tecnología	Ciencias Médicas
Ciencias Agrícolas	Ciencias Sociales	Humanidades

**2. Áreas de Vinculación de la ESPOCH (podrá seleccionar más de un campo)**

Gestión sustentable de los recursos naturales	Arte, Cultura y Patrimonio
Energías renovables y protección ambiental	Seguridad y Soberanía Alimentaria
Tecnologías de la información, comunicación y procesos industriales	Salud y Nutrición
Administración y Economía	Movilidad y Transportes

**3. INFORMACIÓN DEL DIRECTOR/ COORDINADOR**

Apellido y Nombre:	
Cargo:	
Correo electrónico:	
Teléfono:	
Redes sociales:	
Facultad:	
Equipo Institucional participante	NP Docentes      NP Estudiantes

**4. OTRAS INSTITUCIONES NACIONALES O INTERNACIONALES QUE PARTICIPEN EN LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO:**

Nombre	
Siglas	
Contacto	
Ciudad	
Correo electrónico	
Página Web	
Teléfono	
Tipo de participación: describe	

**B. IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA**

La definición del problema establece una situación que se desea cambiar. Al definir problema indique:

- Cuál es el problema
- Où donde está el problema, y donde
- Cuál es la situación de ese grupo, lo que se desea cambiar
- Cuál es el rol de la institución en la situación, sino se realiza el proyecto.

**C. OBJETIVOS**

• ¿Cuál es el objetivo general?

Se debe presentar solo un objetivo general, resultado o cambio que se desea alcanzar

• ¿Cuáles son los objetivos específicos?

Hay que establecer los pasos necesarios para el cumplimiento del objetivo general

**D. PRODUCTOS ESPERADOS**

Se listan los resultados que se planifican en la formulación del proyecto

**E. ETAPAS Y ACTIVIDADES CONTEMPLADAS EN EL PROYECTO**

Describir las etapas que contemplará la ejecución del proyecto (las etapas se ordenan en función a partir de la aprobación del proyecto). Las actividades que se realizarán para lograr los objetivos propuestos.

Una etapa llega a su fin cuando se ha cumplido un objetivo específico o más parcial, lo que permite pasar a otra fase del proyecto.

**F. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES**

ACTIVIDADES	2024												2025											
	Enc	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Enc	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
Actividad 1																								
Actividad 2																								

**G. METODOLOGÍA**

**H. RESULTADOS OBTENIDOS**

Se listan los resultados obtenidos que se logran a través de las actividades del proyecto, solo en los meses y/o servicios específicos y reales que entregó. Deben indicarse en forma cuantificada.

**I. BENEFICIARIOS DEL PROYECTO**

Indicar quiénes recibirán:

- Directamente: los resultados obtenidos del proyecto (beneficiarios directos)
- Indirectamente: los resultados obtenidos del proyecto (beneficiarios indirectos)

**J. IMPACTOS**

Indicar lo que se espera lograr al final del proyecto, después de haber alcanzado con éxito los objetivos. Se pretende:

- Demostrar cómo los logros del proyecto habrán modificado favorablemente y en forma estable las condiciones iniciales.
- Determinar el grado de autonomía adquirida por los participantes en el proyecto.

**K. RELACIÓN DEL PROYECTO CON OTRAS INICIATIVAS**

Indique:

- Si el proyecto se complementa con otros proyectos o iniciativas de la localidad
- Si se cuenta con la cooperación de otras instituciones u organizaciones sociales. Adjuntar la documentación que acredite, en caso de disponerla.

**L. RESUMEN EJECUTIVO DEL PROYECTO**

Se puede hacer dando respuesta a las siguientes interrogantes:

- ¿Cuál es el problema y sus causas?
- ¿Qué se pretende lograr con el proyecto? Solución propuesta
- ¿A quiénes beneficiará? ¿A cuántos?
- ¿Dónde se implementará? Lugar
- ¿Con qué recursos?
- ¿Quiénes lo harán? Responsables (con la colaboración de quiénes más?)
- ¿Cuánto tiempo durará? Plazo
- El proyecto forma parte de algún programa o plan más amplio (en caso de ser así, especificar y señalar cómo este proyecto se relaciona a su desarrollo).

**M. RECURSOS**

**DETALLE DEL PRESUPUESTO**

RECURSOS HUMANOS		
NOMBRES	HORAS / SEMANA	COSTO MENSUAL*
COORDINADOR RESPONSABLE		\$
Integrante del Equipo del Proyecto de Vinculación		
<b>TOTAL</b>		

\* Para los docentes se carga la hora en proyectos de vinculación, calcula, según el tiempo de dedicación a la vinculación, la RMU dividida por el número de horas totales de dedicación y multiplicado por las horas de más dedicadas a la vinculación.

**PRESUPUESTO REFERENCIAL**

**PRESUPUESTO EJECUTADO**

OBJETIVO	ACTIVIDAD	REQUISITOS	TIPO COMPUSTA (Sim, otro, servicio o consultoría)	CANTIDAD ACTUAL	UNIDAD (metros, litros, etc.)	COSTO UNITARIO	PRESUPUESTO TOTAL	CUATRIMESTRE E1	CUATRIMESTRE E2	CUATRIMESTRE E3
Actividad 1	Requisito 1							%	%	%
	Requisito 2									
	Requisito 3									
	Requisito 4									
Actividad 2	Requisito 1									
	Requisito 2									
	Requisito 3									
	Requisito 4									
<b>TOTAL</b>							\$			

	TOTAL	\$
--	-------	----

ÁREA CONOCIMIENTO	SUB ÁREA CONOCIMIENTO	SUB ÁREA ESPECÍFICA
Administración, Negocios y Legislación	Negocios y Administración	Contabilidad y auditoría

Información y Comunicación (TIC)	Información y Comunicación (TIC)	<ul style="list-style-type: none"> <li>El uso del ordenador</li> <li>Base de datos, diseño y administración</li> <li>Software y desarrollo y análisis de aplicaciones</li> </ul>
Ingeniería, Industria y Construcción	Ingeniería y Profesiones Afines	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ingeniería y procesos químicos</li> <li>Tecnología de protección del medio ambiente</li> <li>Electricidad y energía</li> <li>Electrónica y automatización</li> <li>Mecánica y electromecánica</li> <li>Maquinaria y maquinaria</li> <li>Maquinaria de vehículos, embarcaciones y aeronaves</li> </ul>
	Fabricación y procesos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Procesamiento de alimentos</li> <li>Materiales (vidrio, papel, plástico y metal)</li> <li>Textiles (ropa, calzado y cuero)</li> <li>Minería y extracción</li> </ul>
	Arquitectura y Construcción	<ul style="list-style-type: none"> <li>Arquitectura y urbanismo</li> <li>Construcción e ingeniería civil</li> </ul>
	Programas Genéricos y Certificaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programas y certificaciones básicas</li> <li>Alfabetización y aritmética</li> <li>Desarrollo y habilidades Personales</li> </ul>
Salud y Bienestar	Salud	<ul style="list-style-type: none"> <li>Programas y certificaciones básicas</li> <li>Alfabetización y aritmética</li> <li>Desarrollo y habilidades Personales</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Estudios Dentales</li> <li>Medicina</li> <li>Enfermería y obstetricia</li> <li>Tecnologías de diagnóstico y tratamiento: móviles</li> <li>Terapia y rehabilitación</li> <li>Farmacología</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Medicina y terapia tradicional y complementaria</li> </ul>
	Bienestar	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cuidado del adulto mayor y adultos con discapacidad</li> <li>Servicios de cuidado a niños y jóvenes</li> <li>Asistencia y asesoramiento social</li> </ul>
Servicios	Servicios Personales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Servicio doméstico</li> <li>Peluquería y belleza</li> <li>Hotelería, restaurantes y catering</li> <li>Deportes</li> <li>Viajes, turismo y ocio</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Higiene y Servicios de Salud Ocupacional</li> </ul>
	Servicios de Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> <li>Seguridad de la comunidad</li> <li>Seguridad y seguridad ocupacional</li> <li>Militaria y defensa</li> <li>Protección de las personas y la propiedad</li> </ul>
	Servicios de Transporte	<ul style="list-style-type: none"> <li>Servicios de Transporte</li> </ul>